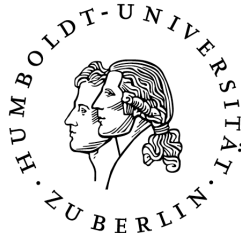


HUMBOLDT-UNIVERSITÄT ZU BERLIN
INSTITUT FÜR BIBLIOTHEKS- UND INFORMATIONSWISSENSCHAFT



BERLINER HANDREICHUNGEN
ZUR BIBLIOTHEKS- UND
INFORMATIONSWISSENSCHAFT

HEFT 324

DIE FACHBIBLIOTHEK WIRTSCHAFT, RECHT & STATISTIK
DER TECHNISCHEN UNIVERSITÄT BERLIN (WiWiDOK)

NEUKONZEPTIONIERUNG DES WEBAUFTRITTS ALS
STRATEGISCHES MARKETINGINSTRUMENT

VON
ISABELL HEINITZ UND RAMONA HUNKLER

DIE FACHBIBLIOTHEK WIRTSCHAFT, RECHT & STATISTIK
DER TECHNISCHEN UNIVERSITÄT BERLIN (WiWiDOK)

NEUKONZEPTIONIERUNG DES WEBAUFTRITTS ALS
STRATEGISCHES MARKETINGINSTRUMENT

VON
ISABELL HEINITZ UND RAMONA HUNKLER

Berliner Handreichungen zur
Bibliotheks- und Informationswissenschaft

Begründet von Peter Zahn
Herausgegeben von
Konrad Umlauf
Humboldt-Universität zu Berlin

Heft 324

Heinitz, Isabell / Hunkler, Ramona

Die Fachbibliothek Wirtschaft, Recht & Statistik der Technischen Universität Berlin (WiWiDok) : Neukonzeptionierung des Webauftritts als strategisches Marketinginstrument / von Isabell Heinitz und Ramona Hunkler. - Berlin : Institut für Bibliotheks- und Informationswissenschaft der Humboldt-Universität zu Berlin, 2012. - 112, LXXI S. : graph. Darst., Ill. - (Berliner Handreichungen zur Bibliotheks- und Informationswissenschaft ; 324)

ISSN 14 38-76 62

Abstract:

Die vorliegende Masterarbeit wurde als Teamprojekt der Studierenden Isabell Heinitz und Ramona Hunkler in Zusammenarbeit mit der Fachbibliothek Wirtschaft, Recht & Statistik (WiWiDok) der Technischen Universität Berlin im Jahr 2011 durchgeführt. Gegenstand der Master Thesis ist eine Neukonzeptionierung des aktuellen Webauftritts der WiWiDok, welcher sich ausschließlich an den Nutzerbedürfnissen orientiert. Nach einer Momentaufnahme der aktuellen Webseite erfolgt die Evaluation in Form eines Methodenmixes. Die Ergebnisse dieser Erhebungen bilden das Grundgerüst für das konzeptionelle Design. Die Vorschläge können als Prototyp des designierten Webauftritts interpretiert werden und sollen der Fachbibliothek als Hilfestellung für die praktische Umsetzung dienen. Neben strukturellen und inhaltlichen Optimierungsvarianten werden zudem auch marketingstrategische Vorschläge gegeben. Der Webauftritt der WiWiDok als Marketinginstrument kann die Sichtbarkeit der Bibliothek sowohl innerhalb, als auch außerhalb der Technischen Universität Berlin erhöhen.

Diese Veröffentlichung geht zurück auf eine Masterarbeit im Direktstudengang Bibliotheks- und Informationswissenschaft (Library and Information Science) an der Humboldt-Universität zu Berlin.

Online-Version: <http://edoc.hu-berlin.de/series/berliner-handreichungen/2012-324>



Dieses Werk steht unter einer Creative Commons [Namensnennung-NichtKommerziell-KeineBearbeitung 3.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/de/) Deutschland-Lizenz.

Inhalt

INHALT	5
ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS.....	8
ABBILDUNGSVZEICHNIS	9
1 EINLEITUNG	10
2 FORSCHUNGSGEGENSTAND.....	12
2.1 Kontextualisierung.....	12
2.2 Begriffsklärung.....	13
2.3 Methodik.....	16
2.4 Fragestellung	17
3 FACHBIBLIOTHEK WIRTSCHAFT, RECHT & STATISTIK.....	19
3.1 Profil.....	19
3.2 Bestand und Dienstleistungsangebot	20
3.3 Nutzergruppen	22
3.4 Nutzerbefragungen	23
4 WEBAUFTTRITT ZU PROJEKTBEGINN.....	25
4.1 Struktur.....	27
4.1.1 Beschreibung.....	28
4.1.2 Fazit.....	30
4.2 Navigation.....	31
4.2.1 Beschreibung.....	31
4.2.2 Fazit.....	36
4.3 Inhalt	38
4.3.1 Beschreibung.....	39
4.3.2 Fazit.....	40

4.4	Gestaltung.....	41
4.4.1	Beschreibung.....	42
4.4.2	Fazit.....	45
5	WEBZUGRIFFSTATISTIK UND DATENERHEBUNG.....	47
5.1	Webzugriffstatistik.....	47
5.2	Workshop.....	49
5.2.1	Vorbereitung.....	49
5.2.2	Durchführung.....	51
5.2.3	Ergebnisse.....	53
5.3	Online-Befragung.....	55
5.3.1	Vorbereitung.....	55
5.3.2	Durchführung.....	56
5.3.3	Ergebnisse.....	57
5.4	Zusammenfassung	65
6	NEUKONZEPTIONIERUNG.....	66
6.1	Grenzen und Möglichkeiten.....	66
6.1.1	Corporate Design TU Berlin	66
6.1.2	Content Management System Typo3.....	68
6.2	Struktur der neuen Webseite.....	70
6.3	Startseite	72
6.3.1	Struktur und Navigation.....	73
6.3.2	Inhalt und Gestaltung	76
6.4	Literatursuche	79
6.4.1	Struktur und Navigation.....	79
6.4.2	Inhalt und Gestaltung	81
6.5	Service.....	85
6.5.1	Struktur und Navigation.....	87
6.5.2	Inhalt und Gestaltung	88
6.6	Bestandsübersicht	91
6.6.1	Struktur und Navigation.....	92
6.6.2	Inhalt und Gestaltung	93
6.7	Benutzung	94
6.7.1	Struktur und Navigation.....	95
6.7.2	Inhalt und Gestaltung	96
6.8	Über Uns	97
6.8.1	Struktur und Navigation.....	98
6.8.2	Inhalt und Gestaltung	99

6.9	Additive Features	100
6.9.1	Englischer Webauftritt.....	100
6.9.2	Feedback und Login	102
6.9.3	Virtueller Rundgang	103
6.9.4	Web 2.0.....	103
7	FAZIT	105
	LITERATURVERZEICHNIS	106
	ANHANG.....	I
A)	WERBEPLAKAT DIN A2 FÜR DEN WORKSHOP AM 27.09.2011 ...	I
B)	LEITFADEN FÜR DEN WORKSHOP AM 27.09.2011.....	II
C)	TRANSKRIPTION DES WORKSHOPS VOM 27.09.2011 IM FAKULTÄTSRAUM DER FAKULTÄT VII DER TU BERLIN (10:15 UHR BIS 11:30 UHR)	IV
D)	CODIERUNGSTABELLE FÜR DIE AUSWERTUNG DER TRANSKRIPTION	XXVII
E)	VIDEODATEI ZUM WORKSHOP VOM 27.09.2011	XXXIII
F)	FRAGEBOGEN DER ONLINE-UMFRAGE VOM 18.10.2011 BIS 18.11.2011.....	XXXIV
G)	ERGEBNISSE FRAGEBOGEN.....	XL
H)	LINKANALYSE	LXI
I)	KORRESPONDENZEN	LXXI

Abkürzungsverzeichnis

TUB	Technische Universität Berlin
WiWiDok	Wirtschaftswissenschaftliche Dokumentation
tubIT	IT-Service-Center TU Berlin
CMS	Content-Management-System
URL	Uniform Resource Locator
OPAC	Online Public Access Catalogue
BVB	Bibliotheksverbund Bayern
PDF	Portable Document Format
W3C	World Wide Web Consortium
CD	Corporate Design
BITV	Barrierefreie Informationstechnologie Verordnung

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Ausleihen nach Nutzergruppen der WiWiDok	22
Abbildung 2: Visualisierung der Sitemap der WiWiDok mit Hilfe von XMind	29
Abbildung 3: Screenshot der Primärnavigation der Fakultätswebseite	31
Abbildung 4: Screenshot der Startseite der Fachbibliothek	32
Abbildung 5: Die zehn häufigsten Verlinkungen	34
Abbildung 6: Contentblock „Bibliothekseinführung“	39
Abbildung 7: Einsatz von Bildmaterial auf der Startseite	42
Abbildung 8: Einsatz von Bildmaterial im Navigationsbereich „Service“	43
Abbildung 9: Einsatz von Bildmaterial im Navigationsbereich „Literatursuche“	44
Abbildung 10: Einsatz von Bildmaterial im Navigationsbereich „Benutzungshinweise“	44
Abbildung 11: Einsatz von Bildmaterial im Navigationsbereich „So finden Sie uns“	45
Abbildung 12: Werbung Gruppendiskussion auf der WiWiDok-Startseite	50
Abbildung 13: Eigene Darstellung: Auszug aus der Codierungstabelle	52
Abbildung 14: Werbung Online-Umfrage	57
Abbildung 15: Auswertungstabelle Zusammenfassung Frage 2	59
Abbildung 16: Auswertungstabelle Zusammenfassung Frage 3	60
Abbildung 17: Grafische Darstellung Frage 5	61
Abbildung 18: Auswertungstabelle Zusammenfassung Frage 6	62
Abbildung 19: Auswertungstabelle Zusammenfassung Frage 7	63
Abbildung 20: Grafische Darstellung Frage 8	63
Abbildung 21: Sitemap der zukünftigen Webseite	70
Abbildung 22: Screenshot aktuelle Startseite	72
Abbildung 23: Screenshot zukünftige Startseite	73
Abbildung 24: Gegenüberstellung aktuelle und zukünftige Navigation	74
Abbildung 25: Gegenüberstellung aktuelle und zukünftige Quicklinks	75
Abbildung 26: Contentblock aktuelle Startseite	76
Abbildung 27: Contentblock zukünftige Startseite	77
Abbildung 28: Hilfsfunktionen zukünftige Startseite	78
Abbildung 29: Gegenüberstellung aktuelle und zukünftige Navigation „Literatursuche“	80
Abbildung 30: aktueller Contentbereich „Literatursuche“	81
Abbildung 31: zukünftiger Contentbereich „Literatursuche“	82
Abbildung 32: Contentbereich „Service“ aktuell	85
Abbildung 33: Contentbereich „Service“ zukünftig	86
Abbildung 34: Gegenüberstellung aktuelle und zukünftige Navigation „Service“	88
Abbildung 35: Contentbereich „Bestandsübersicht“ zukünftig	92
Abbildung 36: zukünftige Navigation „Bestandsübersicht“	93
Abbildung 37: Contentbereich „Benutzung“ aktuell	95
Abbildung 38: Contentbereich „Benutzung“ zukünftig	95
Abbildung 39: Gegenüberstellung aktuelle und zukünftige Navigation „Benutzung“	96
Abbildung 40: Contentbereich „Über Uns“ aktuell	97
Abbildung 41: Contentbereich „Über Uns“ zukünftig	98
Abbildung 42: Gegenüberstellung aktuelle und zukünftige Navigation „Über Uns“	99
Abbildung 43: Kopfnavigation mit Button zur Aktivierung der englischen Webseite	100
Abbildung 44: Englischer Webauftritt der UB TUB	101
Abbildung 45: Icons für Feedback und Benutzerkonto	102

1 Einleitung

*„Wir sind offen für aktuelle und zukünftige
Entwicklungen im Informationswesen und reagieren
flexibel auf neue Herausforderungen.“
(Leitbild der WiWiDok, 2011)*

Mit diesem Grundsatz positioniert sich die Fachbibliothek Wirtschaft, Recht & Statistik der Technischen Universität Berlin (WiWiDok) im Kontext der Informations- und Wissensgesellschaft des 21. Jahrhunderts. Zu den aktuellen Entwicklungen gehört auch eine benutzerorientierte¹ und moderne Webseite, denn diese spiegelt das Selbstverständnis einer Bibliothek wider, die sich durch das Dienstleistungsangebot und durch Servicebereitschaft auszeichnen sollte.

Begriffe wie *Kundenorientierung* -, *-gewinnung*-, *-bindung*, *Dienstleistungsangebot*, *Servicebereitschaft* oder *Marketing* sind auch für Bibliothekseinrichtungen elementar. Der virtuelle Auftritt einer Bibliothek ist als Bestandteil des Marketings zu betrachten und kann zu einer positiven Außendarstellung der Bibliothek beitragen.² Die Finanzierung der Bibliotheken obliegt zumeist der Öffentlichen Hand und die Bibliothekseinrichtungen kämpfen um ihre Daseinsberechtigung.³ Dies gilt auch für die Profilierung von Bibliotheken und für deren Stellenwert, den

¹ Zur besseren Lesbarkeit wird in dieser Arbeit im Folgenden an einigen Stellen für die Bezeichnung von Personen das generische Maskulin verwendet, die feminine Form soll an diesen Stellen immer mitgedacht werden.

² Vgl. Werkzeuge Online-Öffentlichkeitsarbeit. Themenblock Öffentlichkeitsarbeit, Bibliotheksportal : Deutscher Bibliotheksverband; knb – Kompetenznetzwerk für Bibliotheken.
<http://www.bibliotheksportal.de/themen/oeffentlichkeitsarbeit/werkzeugkoffer/werkzeuge-online-oeffentlichkeitsarbeit.html>

³ Etwa 21,2 Prozent der Wissenschaftlichen Bibliotheken sind derzeit von einer Haushaltssperre betroffen. Vgl. Bericht zur Lage der Bibliotheken 2011, Barbian, J.-P. u.a. [Red.], Berlin: Deutscher Bibliotheksverband, S. 4.
http://www.bibliotheksverband.de/fileadmin/user_upload/DBV/themen/Bericht_zur_Lage_der_Bibliotheken_2011_Web.pdf

diese innerhalb einer Einrichtung einnehmen. Die Kundenzufriedenheit muss daher ein zentraler Gesichtspunkt bei allen bibliotheksrelevanten Aspekten sein.

Die vorliegende Masterarbeit ist im Zusammenhang dieses Marketinggedankens zu verstehen.

Dem deskriptiv-analytischen Teil der Arbeit geht zunächst die Beschreibung des Forschungsgegenstandes in Kapitel 2 voraus. Neben einer inhaltlichen Kontextualisierung werden relevante Begriffe erläutert, sowie die Fragestellung und die Forschungsmethode konkretisiert. Das Kapitel 3 widmet sich der Fachbibliothek Wirtschaft, Recht & Statistik (WiWiDok). In Kapitel 4 wird der Webauftritt zu Projektbeginn anhand von vier definierten Merkmalen, *Struktur, Navigation, Inhalt und Gestaltung*, exemplarisch beschrieben. An die Beschreibungen schließt sich jeweils ein Kurzfazit an, welches als Basis für die in Kapitel 5 dargelegten Untersuchungen herangezogen werden kann. Eine ausführliche Analyse der Benutzerbedürfnisse erfolgt in Kapitel 5. Die Auswertung stützt sich dabei auf drei Analyse-Parameter: die Resultate der Webzugriffstatistik, die Durchführung eines Workshops mit wissenschaftlichen Mitarbeitern der TU Berlin sowie auf die Ergebnisse der Online-Benutzerbefragung. Alle Erkenntnisse aus den empirischen Untersuchungen bilden die Grundlage für die in Kapitel 6 vorgeschlagenen Punkte zur Neukonzeptionierung. Die Vorschläge zur Neugestaltung können sich dabei nur im Rahmen der vorgegebenen Strukturen bewegen.

Als statischer Rahmen sind hierbei das an der TU verwendete Content-Management-System Typo3 sowie die Vorgaben zum Corporate-Design, welche im TU-internen Styleguide geregelt sind, zu nennen.

Das Ziel der Arbeit ist es, konkrete Vorschläge für eine Neukonzeptionierung des Webauftritts vorzulegen. Die praktische Umsetzung kann im Rahmen der Arbeit nicht geleistet werden und ist nach Abschluss der Masterarbeit Aufgabe der Bibliothek.

2 Forschungsgegenstand

2.1 Kontextualisierung

Der in Kapitel 1 angesprochene Paradigmenwechsel im Bibliotheks- und Informationssektor, der sich durch die technischen Neuerungen seit den 1990er Jahren vollzogen hat, führte in den letzten Jahren in der nationalen und internationalen Fachwelt immer wieder zu Diskussionen und Überprüfungen der traditionellen, bibliothekarischen Arbeit. In der vorliegenden Arbeit werden gleich mehrere bibliotheks- und informationswissenschaftliche Teilbereiche tangiert, was der Arbeit einen interdisziplinären Charakter verleiht. Elementar sind hier Kenntnisse der grundständigen Methoden der empirischen Sozialforschung, sowie daraus abgeleitet, Wissen über gängige evaluative Methoden der Benutzerforschung wie z.B. Usability-Tests, Methode des „Lauten Denkens“ oder auch neuartige Entwicklungen wie Remote-Usability-Tests.⁴ Ohne informationstechnische Grundlagen wäre die Umsetzung der vorliegenden Arbeit undenkbar.⁵

Darüber hinaus ist der Themenkomplex Bibliotheksmarketing relevant. Denn der Webauftritt einer Bibliothek kann im Kontext der Marketinglehre als Instrument der Kommunikationspolitik betrachtet werden.⁶ Neben der Bestandspräsentation, sind die Komponenten Werbung und Öffentlichkeitsarbeit von wesentlicher Bedeutung für die Außenwirkung der Bibliothek. Was wir als strategisches Marketing bezeichnen, wird im Folgenden näher präzisiert.

⁴ Vgl. Greifeneder, E. (2011): Benutzerforschung im Online-Zeitalter: Remote-Usability-Tests – die Methode der Zukunft für digitale Bibliotheken?, In: BuB, Heft 10, S. 726-729.

⁵ An dieser Stelle ist z.B. die praktische Einarbeitung in das CMS Typo3, die Verwendung eines Vektorgrafikprogramms zur Postergestaltung oder auch das Umfragtool für den webbasierten Fragebogen gemeint.

⁶ Vgl. z.B. Umlauf, K. (1999): Materialien zum Bibliotheksmarketing (Vorlesungsskript) - Berlin: Institut für Bibliothekswissenschaft der Humboldt-Universität zu Berlin, - (Berliner Handreichungen zur Bibliothekswissenschaft ; 62), Online unter: <http://www.ib.hu-berlin.de/~kumlau/handreichungen/h62/>

2.2 Begriffsklärung

*„Wenn du nicht an den Kunden denkst,
denkst du gar nicht.“⁷*

Dieses Zitat des Wirtschaftswissenschaftlers Theodore Levitt bringt den Hauptgegenstand dieser Arbeit auf den Punkt. Die Neukonzeptionierung der Webseite basiert auf umfangreichen Untersuchungen und Analysen der Hauptbenutzergruppen. Deren Erwartungen, Kritiken und Wünsche sollen in optimaler Weise bei der Neuentwicklung Berücksichtigung finden. Wird die historische Entwicklung des Begriffs Marketing betrachtet, finden sich in der Fachliteratur Begriffe von „Marketing 1.0“ bis „Marketing 3.0“.

Erstgenannter Begriff ist durch das Industriezeitalter geprägt, indem das Produkt den Fokus bildete.⁸ Das Ziel war, ein Produkt für die Massen zu entwickeln. Um den Produktpreis so gering wie möglich zu gestalten und in der Konsequenz mehr Käufer zu erreichen, mussten die Produktionskosten minimal gestaltet werden. Im Zuge des Informationszeitalters etablierte sich der Begriff „Marketing 2.0“. Dem Käufer standen mehr Vergleichsmöglichkeiten zur Verfügung und gleichzeitig konnte dieser sich besser über das Produkt informieren. Der Wert des Produkts wurde also vom Verbraucher selbst bestimmt.⁹ Philip Kotler vertritt die Meinung, dass sich das Marketing derzeit erneut im Wandel befindet. Der Wirtschaftswissenschaftler prägt den Begriff „Marketing 3.0“, welcher nicht nur den Kunden als Kapitalverfügender, sondern den Menschen in seiner Gesamtheit einschließt.

Soziale Netzwerke nehmen in diesem Zusammenhang eine Schlüsselfunktion ein:

⁷ Esch, F.-R. /Herrmann, A. /Sattler, H. (2011): Marketing. Eine managementorientierte Einführung, 3. Aufl., München : Vahlen, S. 39.

⁸ Kotler, P. /Kartajaya, H. /Setiawan, I. (2010): Marketing 3.0. From Products to Costumers to the Human Spirit. Hoboken : Wiley, S. 3.

⁹ Vgl. Ebd., S. 4.

„Because social media is low-cost and bias-free, it will bet the future for marketing communications. Connections between friends on social networking sites such as Facebook and MySpace can also help companies gain insights into the market.”¹⁰

Die Verbraucher tauschen auf diesen Wegen ihre Erfahrungen und Informationen aus und sind nicht mehr ausschließlich auf die Werbung angewiesen.¹¹ Diese Interaktionsplattformen haben bereits zahlreiche Bibliotheken für sich entdeckt. So sind laut der Auflistung im LISWiki¹² vom 11. August 2011 bereits 62 wissenschaftliche Bibliotheken im deutschsprachigen Raum mit einem Auftritt auf Facebook vertreten. Darunter befinden sich hauptsächlich Universitätsbibliotheken sowie einzelne Fachbereichsbibliotheken. Dies unterstreicht die Aktualität und Wichtigkeit der Bibliothekspräsenz im virtuellen Raum.

Für die Zukunft der Bibliotheken bezüglich der Nutzung des Angebots der sozialen Netzwerke, wie beispielsweise Google+, Twitter oder Facebook, ist eine steigende Tendenz annehmbar. Für die WiWiDok ist es daher von hoher Signifikanz, diese strategischen Werbewege zu nutzen, um sich innerhalb der wirtschaftswissenschaftlichen Bibliotheken in Deutschland zu profilieren. Das Wichtigste im Marketing einer Einrichtung ist die optimale Kombination aller Instrumente um das Ziel der Institution zu erreichen.¹³ Im konkreten Anwendungsbereich dieser Arbeit ist das Hauptziel die Nutzerzufriedenheit.

Um diese zu erhöhen, wird das Medium Webseite als eine strategische Maßnahme der Bibliothek analysiert und optimiert.

¹⁰ Kotler, P. /Kartajaya, H. /Setiawan, I (2010): Marketing 3.0. From Products to Costumers to the Human Spirit. Hoboken : Wiley, S. 9.

¹¹ Vgl. Ebd., S.7.

¹² Vgl. http://liswiki.org/wiki/Libraries_at_Facebook

¹³ Esch, F.-R. /Herrmann, A. /Sattler, H. (2011): Marketing. Eine managementorientierte Einführung, 3. Aufl., München : Vahlen, S. 37.

Hinsichtlich des Begriffs „Strategisches Marketing“ existiert keine einheitliche Erklärung.¹⁴ Diese Arbeit stützt sich auf folgende Definition von Runia, Wahl, Geyer und Thewissen, da diese für die vorliegende Arbeit praktikabel erscheint:

„Basis des strategischen Marketing ist das systematische Vorgehen im Zielmarkt unter Einbeziehung aller relevanten Entscheidungen. Der Marketingentscheidungsprozess ist dabei nie statisch zu sehen, sondern er unterliegt permanent den klassischen Phasen aller Entscheidungsprozesse: Zielsetzung, Planung, Durchführung und Zielüberprüfung.“¹⁵

Weitere wichtige theoretische Grundlagen, die als Basis dieser Untersuchung dienen, stammen von Homburg und Krohmer.¹⁶ So sollte zu Beginn geklärt werden, was die Marketingziele sind, welche Zielgruppe angesprochen werden soll und bis wann diese erreicht werden sollen. Die Marketingziele spielen eine wichtige Rolle bei der Datenerhebung in Kapitel 5.2. Gruppeninterview.

Für die Durchführung ist ein Leitfaden mit wichtigen Zielen zum Erkenntnisgewinn anzufertigen. Das Kapitel 3.3. „Nutzergruppen“ fokussiert die unterschiedlichen Nutzer der Bibliothek, welche auch die Zielgruppe bilden. Eine Festlegung, bis wann die Ziele erreicht werden sollen, kann nicht getroffen werden, denn diese müssen regelmäßig kontrolliert und gegebenenfalls angepasst werden. Dies gilt ebenfalls für die Überwachung und den Erfolg der Strategien.

¹⁴ Eine detaillierte Auseinandersetzung zur Begriffsdeutung und -herkunft liefert hier zum Beispiel Nina Ott. Vgl. Ott, N. (2011): Strategisches Marketing am Beispiel der Gottfried Wilhelm Leibniz Bibliothek, Berlin: Institut für Bibliothekswissenschaft der Humboldt-Universität zu Berlin. (Berliner Handreichungen zur Bibliothekswissenschaft ; 305). Online unter: <http://edoc.hu-berlin.de/series/berliner-handreichungen/2011-305/PDF/305.pdf>

¹⁵ Runia, P. /Wahl, F. /Geyer, O. /Thewissen, C. (2007): Marketing. Eine prozess- und praxisorientierte Einführung, 2. überarb. u. erw. Aufl., München u.a.: Oldenbourg, S.62.

¹⁶ Vgl. Homburg, C. /Krohmer, H. (2006): Grundlagen des Marketingmanagements. Einführung in Strategie, Instrumente, Umsetzung und Unternehmensführung. Wiesbaden : Gabler, S. 140.

Erst die Kontrolle im Nachhinein kann ein konkretes Bild über den Erfolg oder Misserfolg der Verwendung des strategischen Marketinginstruments geben.¹⁷

Im Rahmen dieser Arbeit kann diese Nachhaltigkeit nicht gewährleistet werden, da eine langfristige Beobachtung und Anpassung erforderlich ist, was nach Abschluss des Projekts der Fachbibliothek obliegt.

2.3 Methodik

Um die Authentizität der Untersuchung zu erhöhen, wurde die Methodentriangulation gewählt.¹⁸ Als Methodentriangulation wird hier die integrative Anwendung qualitativer und quantitativer Erhebungen bezeichnet. Die von Flick¹⁹ definierte methodologische Triangulation erlaubt dabei

„die kumulative Verwendung unterschiedlicher Methoden zur Validierung von Forschungsergebnissen und zum anderen die Bemühung, durch den Einsatz unterschiedlicher Methoden eine möglichst ganzheitliche Sicht auf den Forschungsgegenstand zu gewinnen, indem man ihn aus unterschiedlichen Perspektiven betrachtet.“²⁰

Als kumulative Verwendung werden hier die in Kapitel 5 spezifizierten Methoden bezeichnet, denn alle Erkenntnisse werden aus den sukzessiv durchgeführten Ana-

¹⁷ Vgl. Esch, F.-R. /Herrmann, A. / Sattler, H. (2011): Marketing. Eine managementorientierte Einführung, 3. Aufl., München : Vahlen, S. 38.

¹⁸ Die Kombination von qualitativen und quantitativen Forschungsmethoden zum Erkenntnisgewinn ist seit vielen Jahren Gegenstand zahlreicher Diskussionen in der Sozialforschung. Vgl. hier z.B. Fielding, N. /Schreier, M (2001): Introduction: On the Compatibility between Qualitative and Quantitative Research Methods, In: Forum Qualitative Sozialforschung,, Volume 2, No. 1, Art. 4 oder Ernst, S. (2004): Angewandter "Methodenmix"? Gruppendiskussionen und schriftliche Befragungen am Beispiel eines Vorstudienmodells in der Hochschulevaluation, In: Forum Qualitative Sozialforschung, Volume 5, No. 2, Art. 3.

¹⁹ Vgl. hier Flick, U. (2008): Triangulation. Eine Einführung, 2. Aufl., Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 13-79.

²⁰ Lamnek, Siegfried (1995). Qualitative Sozialforschung. Band1: Methodologie. Weinheim: Beltz, PVU.,S.250 sowie Hackl, M. /Klebl, M. (2008): Qualitative Methodentriangulation bei der arbeitswissenschaftlichen Exploration von Tätigkeitssystemen, In: Forum: Qualitative Sozialforschung, Volume 9, No. 3, Art.

lysen, beginnend mit dem deskriptiven Analyse-Teil in Kapitel 4, abgeleitet. Die Auswertung der Webzugriffe, sowie die Erhebung durch den Online-Fragebogen sind dabei Bestandteil der quantitativen Sozialforschung.

Den qualitativen Teil der Gesamtanalyse bildet die Durchführung der Gruppendiskussion. Gruppen- bzw. Fokusgruppendifkussionen sind ein gängiges Analyseinstrument der Marktforschung, denn sie können zu einem schnellen und effektiven Erkenntnisgewinn, zum Beispiel über die Wünsche der Bibliotheksbenutzer, führen.²¹ Kohärent zur Marketinglehre können die Untersuchungen auch als Bedarfsanalyse interpretiert werden. Die Ziele der Bibliothek werden im aktuellen Bibliotheksleitbild dargelegt.²²

2.4 Fragestellung

Der Konzeptionierung gehen die folgenden drei Grundüberlegungen voraus:

A) Welche Motive und Interessen stehen hinter dem Projekt?

Die Beweggründe für eine Umgestaltung des virtuellen Auftritts der Bibliothek gehen von der Bibliotheksleitung aus. Eine Analyse über die effektive Nutzung der Webseite inklusive deren Angebote existiert bislang nicht.

B) Für welche Zielgruppe ist die Webseite?

Die letzte Benutzerbefragung wurde im Jahr 2006 durchgeführt. Demnach lassen sich die Benutzer der Bibliothek in zwei Hauptgruppen gliedern.²³

Eine grundlegende Veränderung im Benutzerprofil wird von uns nicht erwartet. Eine explizite Untersuchung zur Nutzung der elektronischen Angebote blieb jedoch bislang aus.

²¹ Vgl. z.B. Mayerhofer, W. (2009): Das Fokusgruppeninterview, In: Qualitative Marktforschung : Konzepte – Methoden – Analysen, Gabler, S. 479-488.

²² http://www.wm.tu-berlin.de/menu/einrichtungen/bibliotheken/wiwidok/ueber_uns/leitbild/

²³ Vgl. Kapitel 3.4.

C) Welchen Zweck soll die Webseite erfüllen?

Die Webseite ist Bestandteil der Öffentlichkeitsarbeit der Bibliothek und ist als Repräsentation der physischen Bibliothek im WWW zu sehen. Ein zeitgemäßer Auftritt der Bibliothek ist dabei elementar. Zudem sollen die Leser über alle Angebote und Aktivitäten der Bibliothek informiert werden.

Zu den dargelegten Grundüberlegungen stellen wir zwei Hauptthesen auf:²⁴

These 1: Die Benutzer der Bibliothek kennen die zahlreichen Angebote der Bibliothek nicht und/oder nutzen diese nicht hinreichend.

Erklärung: Die Webseite fällt insgesamt durch massive Textinformation auf.

Die Navigation zur Literaturrecherche wird durch Verlinkungen auf die Kataloge und Recherchertools mittels in den Text eingebundenen Verlinkungen geführt. Die Leser einer Webseite sind durch den Textüberfluss eher geneigt, die Webseite zu verlassen beziehungsweise diese nicht zu nutzen.

These 2: Die Benutzer der Bibliothek möchten die für sie relevanten Informationen schnell und zuverlässig erhalten.

Erklärung: Eine gute Navigation z.B. durch Browsingfunktionen, Rückbuttons, etc. führt die Benutzer schnell zu den relevanten Inhalten. Wir unterstellen hier einen Überprüfungsbedarf.

Aus den beiden Hauptthesen leiten wir die folgende Fragestellung ab:

Inwiefern sehen die verschiedenen Benutzergruppen in Bezug auf Webauftritt und Angebot der Fachbibliothek Wirtschaft, Recht & Statistik der Technischen Universität einen Optimierungsbedarf?

²⁴ Die Thesen leiten sich aus dem deskriptiven Teil des Kapitels 4 ab. Zum Hintergrund der Thesenbildung Vgl. Albers, S. /Klapper, D. /Konrad, U. /Walter, A. /Wolf, J. (2009): Methodik der empirischen Forschung, 3. erweit. Aufl., Gabler, S. 6f.

3 Fachbibliothek Wirtschaft, Recht & Statistik

3.1 Profil

Die WiWiDok: Fachbibliothek Wirtschaft, Recht und Statistik ist eine öffentliche Einrichtung der Technischen Universität Berlin und ist der Fakultät VII Wirtschaft und Management zugehörig. Ihr Hauptauftrag besteht in der Literaturversorgung der Studierenden, Lehrenden, Forschenden und Interessierten in diesen Wissenschaftsbereichen.²⁵ Am 1. April 1968 wurde die Wirtschaftswissenschaftliche Dokumentation, kurz WiWiDok, gegründet. Im April 2005 erfolgte die Integration der Bestände aus den Fachbereichen Recht sowie Statistik. Dies hatte den Namenszusatz „Fachbibliothek Wirtschaft, Recht und Statistik“ zur Folge.²⁶

Den Nutzern steht die Bibliothek während der Semesterzeiten Montag bis Freitag von 9:00 Uhr bis 22:00 Uhr und am Samstag von 10:00 Uhr bis 18:00 Uhr zur Verfügung. In der vorlesungsfreien Zeit reduziert sich die durchschnittliche Öffnungszeit auf 44,5 Stunden pro Woche.²⁷ In der gesamten Bibliothek befinden sich 148 Arbeitsplätze, von denen 23 mit ThinClients angeboten werden und sieben Arbeitsplätze mit Rechnern für die Recherche ausgestattet sind. Es gibt zwei Lesesäle, Gruppenarbeitsräume und eine separate Zeitschriftenstelle, in der Auskünfte bezüglich der Zeitschriften gegeben werden.

In den Räumlichkeiten der Fachbibliothek befinden sich darüber hinaus die Kopierstelle sowie der PC-Pool der Fakultät VII. Dies unterstreicht die Bedeutung der Fachbibliothek innerhalb der Fakultät. Das Team der WiWiDok besteht aus elf festen Mitarbeitern, die in den Bereichen Erwerbung, Katalogisierung, Zeitschriften, EDV und Öffentlichkeitsarbeit tätig sind. Darüber hinaus sind mehrere studentische Mitarbeiter beschäftigt, von denen 14 an der Ausleihtheke und drei im

²⁵ Vgl. Jahresrückblick WiWiDok 2008-2010.

²⁶ Vgl. http://www.wm.tu-berlin.de/menue/einrichtungen/bibliotheken/wiwidok/ueber_uns/

²⁷ Vgl. Jahresrückblick WiWiDok 2008-2010.

Geschäftsgang der Monographienerwerbung eingesetzt werden. Im Jahr 2011 entwickelte das Team der WiWiDok ein Leitbild, in dem die wichtigsten Grundsätze der Bibliothek festgehalten sind. Die einzelnen Punkte unterstreichen den Service für die Nutzer, die Aufgaben der Einrichtung sowie die Motivation der Mitarbeiter.²⁸

3.2 Bestand und Dienstleistungsangebot

Eine Änderung der Nutzerbedürfnisse impliziert eine Weiterentwicklung des Bibliotheksbestandes und des Dienstleistungsangebotes. Demzufolge wurde die Aufsatzdokumentation im Jahr 2008 eingestellt, welche lange ein Hauptaufgabengebiet der Einrichtung war. Die Prioritäten liegen nun auf dem kontinuierlichen Ausbau des Datenbankangebotes sowie auf den elektronischen Informationsressourcen. Dieses Angebot erfolgt in Kooperation mit der Universitätsbibliothek der Technischen Universität Berlin. Folgende Datenbanken, untergliedert nach Fachbereichen, werden von der WiWiDok zur Verfügung gestellt:

Business Source Complete, Emerald Management Xtra 80, Juris - das Rechtsportal, NWB Rechnungswesen / NWB Unternehmenssteuern und Bilanzen, nwbSteuerXpert Profi, 2 Teilbereiche der OECD iLibrary: Social Issue und Taxation sowie zwei Pakete von JSTOR. Das Angebot wird von der Universitätsbibliothek um folgende Datenbanken erweitert und dem Nutzer gemeinsam über DBIS zugänglich gemacht: BEFO Betriebsführung und Betriebsorganisation, Current Contents Connect / Social & Behavioral Sciences, Hoppenstedt Firmendatenbank für Hochschulen, Langenscheidt Online-Fachwörterbuch Recht, Langenscheidt Online-Fachwörterbuch Wirtschaft, Handel und Finanzen Englisch, Online Contents, Online Contents - SSG Sozialwissenschaften, Online Contents - SSG Recht, Online Contents - SSG Wirtschaftswissenschaften, Regional Business News,

²⁸ Vgl. http://www.wm.tu-berlin.de/menu/einrichtungen/bibliotheken/wiwidok/ueber_uns/leitbild/

Social Sciences Citation Index, TEMA Technik und Management, Web of Science und WISO.²⁹ Der Bestand der WiWiDok belief sich im Jahr 2010 auf 326.828 Medieneinheiten. Die Bibliothek hat keine Archivfunktion und richtet ihr Erwerbsprofil an den Forschungsschwerpunkten der Fakultät VII aus. Im OPAC der Bibliothek sind derzeit noch nicht alle Bestände der Bibliothek erfasst. Im Jahr 2009 erfolgte die Migration aller Katalogdaten der Bibliotheken der Technischen Universität Berlin in den BVB. Demzufolge verbesserte sich zwar das Rechercheangebot für den Nutzer, ist aber weiterhin nicht akzeptabel. Um dieser Herausforderung gerecht werden zu können, soll in Zukunft eine Retrokonversion der vorhandenen Zettelkataloge erfolgen. Einen festen Termin für dieses Projekt gibt es noch nicht, da der Bibliothek nur ein begrenzter Etat zur Verfügung steht.³⁰ Ab dem Jahr 2012 soll den Nutzern ein neuer Service angeboten werden. Über den OPAC sollen dann Zeitschriftenartikel in Form eines elektronischen Dokumentlieferungsdienstes erreichbar sein. Die UB der TU stellt allen Nutzern das Angebot der aktiven und passiven Fernleihe zur Verfügung. Diesen Service unterstützt die WiWiDok im Bereich der aktiven Fernleihe. Als Kommunikationsplattform für alle Informationen, welche die Bibliothek betreffen, kann der Nutzer neben der Webseite der Bibliothek auch das Fachforum WiWiBerlin.de besuchen, sowie die aktuellen Nachrichten der Bibliothek per RSS-Feed abonnieren.

Das Forum <http://wiwiberlin.de/forum/start.php> wurde vom Fachschaftsteam der Fakultät VII entwickelt und richtet sich insbesondere an Studierende der Wirtschaftswissenschaften in Berlin. Auffällig hierbei ist, dass es keine weiteren Auftritte der Bibliothek in sozialen Netzwerken wie Twitter oder Facebook gibt.

Diese neuen Wege der Kommunikation sollten bei der Datenerhebung in Kapitel 5 Berücksichtigung finden und genauer untersucht werden. Weiterhin sollte das An-

²⁹ Vgl. http://rzblx10.uni-regensburg.de/dbinfo/dbliste.php?bib_id=tubb&colors=63&ocolors=40&lett=f&gebiete=16

³⁰ Vgl. Jahresrückblick WiWiDok 2008-2010.

gebot einer mobilen Webseite für beispielsweise Smartphones in Betracht gezogen werden.

3.3 Nutzergruppen

Die Fachbibliothek Wirtschaft, Recht & Statistik hat zwei Hauptnutzergruppen: Die Studierenden und das wissenschaftliche Personal. Ein Großteil der Studierenden gehört zur Technischen Universität Berlin, was Abb. 1 deutlich zeigt. Anhand der Statistik der Ausleihzahlen, welche nach den wichtigsten Nutzergruppen untergliedert ist, wird ebenfalls die Nutzung der Bibliothek anderer Hochschulangehöriger in Berlin und Brandenburg sichtbar. Auch der Anteil „sonstiger externer Personen und Institutionen“ ist nicht unerheblich. Diese Diversität der Nutzergruppen wird einen wichtigen Fokus bei der Neukonzeptionierung der Bibliothekswebseite bilden.

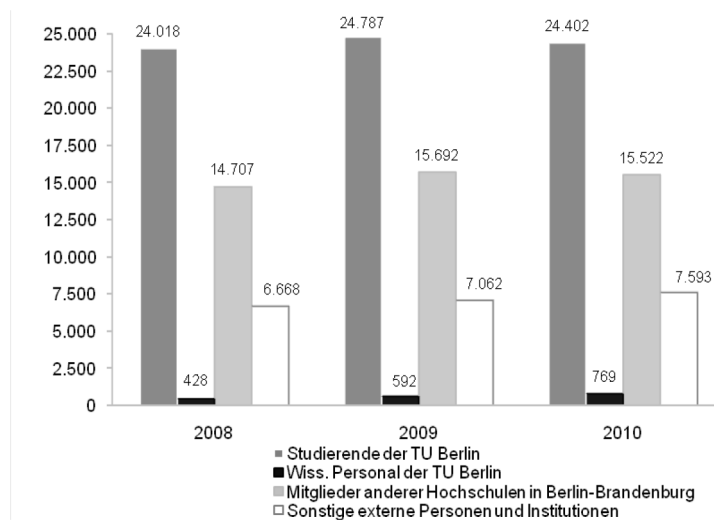


Abbildung 1: Ausleihen nach Nutzergruppen der WiWiDok³¹

³¹ Jahresrückblick WiWiDok 2008-2010, S. 9.

3.4 Nutzerbefragungen

In der Vergangenheit wurden bereits einige Nutzerbefragungen in der Fachbibliothek durchgeführt.

So wurde 2006 mittels eines Fragebogens die Nutzerzufriedenheit mit Hinblick auf das gesamte Dienstleistungsspektrum der Bibliothek ermittelt. Die Untersuchung wurde von 197 Teilnehmern durchgeführt. Bei zwei der 13 Fragen, stand auch die damalige Webseite im Mittelpunkt. Die Frage fünf zielte auf die Häufigkeit der Nutzung diverser Webseitenangebote ab. Diese waren die OPAC-Recherche, die Nutzung der Linksammlung sowie die Nutzung der Aufsatzdokumentation.

Die OPAC-Recherche wurde mit 34,5 % „mehrmals pro Monat“ vor der Nutzung des Online-Katalogs „mehrmals pro Woche“ mit 22,8 % genutzt. Mehr als die Hälfte der Befragten, 50,5 %, gaben an, die Linksammlung noch nie genutzt zu haben. Gefolgt wurde dieses Ergebnis von einer „seltenen“ Nutzung mit 23,9 %. Nur 3,8 % nutzen dieses Angebot „mehrmals pro Woche“.

Die Nutzung der Aufsatzdokumentation schnitt mit einem ähnlichen Ergebnis wie die Linksammlung ab. Dort gaben 57,4 % an, diese noch nie genutzt zu haben und 23 % nutzen diese „selten“. Frage sieben der Untersuchung beinhaltete die Zufriedenheit unterschiedlicher Einrichtungen der Bibliothek, unter anderem den Informationsgehalt der Webseite (32,6 % „zufrieden“, 28,4 % „neutral“, 16,2% „kenne ich nicht“), die Übersichtlichkeit der Webseite (39,6 % „zufrieden“, 20,8 % „neutral“, 14,2 % „kenne ich nicht“) sowie die Aufsatzdokumentation auf den Webseiten (48,6 % „kenne ich nicht“, 20,0 % „neutral“, 13,0 % „zufrieden“).³²

³² Vgl. Umfrageergebnisse 2006 der WiWiDok.

Von März 2005 bis Juni 2007 wurden die Zugriffe auf die Bibliothekswebseite erfasst. Während dieser Zeit konnte ein Zugriff von insgesamt 43.678 verzeichnet werden.³³

Nach diesem Zeitraum erfolgte die Integration der Bibliothekswebseite in die Webseite der Fakultät, was seitdem eine ausführliche Webzugriffstatistik erschwert. Dieser Aspekt wird in Kapitel 5.1. ausführlich beschrieben.

Eine intensive Analyse der Webseite wurde bisher in der Bibliothek nicht durchgeführt. Dieses Projekt ist besonders im Hinblick auf die angenommene, steigende Nutzung webbasierter Angebote zwingend notwendig.

³³ Vgl. Zugriffe auf Homepage bis 2007.

4 Webauftritt zu Projektbeginn

Die Auswertung der Fachliteratur zum Thema benutzerorientiertes Webdesign und -gestaltung in Bibliotheken zeigt, dass insbesondere zwei Kernpunkte bei der Neukonzipierung einer Webseite als elementar betrachtet werden. So sind einerseits die Informationsarchitektur (IA) sowie andererseits die Usability für die Neukonzeptionierung einer Webseite von Bedeutung.³⁴ Nach Rosenfeld and Morville liefert die Informationsarchitektur (IA) „*das strukturelle Design in einem Informationsraum, das einen intuitiven Zugang zu den Inhalten unterstützt.*“³⁵

Der Begriff „Usability“ bezieht sich auf die effiziente und effektive Nutzung eines elektronischen Angebots durch einen Benutzer. Im deutschsprachigen Raum wird „Usability“ häufig mit Benutzerfreundlichkeit oder Gebrauchstauglichkeit gleichgesetzt.³⁶ Die Usability-Experten Nielsen und Loranger liefern hierzu folgende Definition:

*„Usability ist ein Qualitätsmerkmal, wie einfach etwas zu benutzen ist. Es geht [...] darum, wie schnell Menschen die Benutzung eines Gegenstands erlernen können, wie effizient sie während seiner Benutzung sind, wie leicht sie sich diese merken können, wie fehleranfällig der Gegenstand ist und wie er den Nutzern gefällt.“*³⁷

Daneben beschäftigen sich zahlreiche Autoren der letzten Jahre mit der „Web Accessibility“, der Zugänglichkeit bzw. Barrierefreiheit des Internets und dessen

³⁴ Vgl. z.B. den Artikel King, H.J./Jannik, C. M. (2005): Redesigning for usability Information architecture and usability testing for Georgia Tech Library's Website, In: OCLC Systems & Services, Vol. 21 No. 3, S. 235-243.

³⁵ Rosenfeld, L. and Morville, P. (2002): Information Architecture for the World Wide Web, 2nd ed., O'Reilly & Associates, Sebastopol, CA.

³⁶ Vgl. Ergonomische Anforderungen für Bürotätigkeiten mit Bildschirmgeräten - Teil 11: Anforderungen an die Gebrauchstauglichkeit; Leitsätze (ISO 9241-11:1998); Deutsche Fassung EN ISO 9241-11:1998

³⁷ Nielsen, J. /Loranger, H. [2008]: Web Usability, München u.a.: Addison-Wesley, Vorwort xvi.

Inhalte.³⁸ Das World Wide Web Consortium (W3C) formuliert „Accessibility“ folgendermaßen:

*“Web accessibility means that people with disabilities can perceive, understand, navigate, and interact with the Web, and that they can contribute to the Web. Web accessibility also benefits others, including older people with changing abilities due to aging. [...] Web accessibility encompasses all disabilities that affect access to the Web, including visual, auditory, physical, speech, cognitive, and neurological disabilities.”*³⁹

Die Adressaten sind hierbei Personen, die durch diverse Behinderungen von der Nutzung der Webseiteninhalte exkludiert wären. Aspekte für eine bewusste Inklusionsstrategie können, neben der technischen Zugänglichkeit, Komponenten des Screendesigns sein wie zum Beispiel Schrift- und Layoutvergrößerungen oder ein einheitliche Typografie von Texten.⁴⁰ Nachfolgend wird die Benutzungsoberfläche der Webseite der Fachbibliothek WiWiDok deskriptiv vorgestellt.⁴¹ Die Webseite wird an Hand von vier Kriterien beschrieben, die sich an den Prinzipien eines benutzerzentrierten und zugänglichem Webdesigns orientieren: Struktur, Navigation, Inhalt und Gestaltung.

Die Beschreibungen werden dabei mittels selektiven Exempeln durchgeführt und sollen an dieser Stelle lediglich eine Momentaufnahme des Webauftritts der Fachbibliothek zeigen. An jede Schilderung schließt sich eine Kurzbewertung in Form eines Fazits an.

³⁸ Vgl. hier z.B. Somaly, K. W. /Lanclos, F. (2011) "Re-imagining the users' experience: An ethnographic approach to web usability and space design", In: Reference Services Review, Vol. 39 Iss: 3, S. 369 – 389.

³⁹ <http://www.w3.org/WAI/intro/accessibility.php>

⁴⁰ Vgl. Hellbusch, J. E. /Probiesch, K. (2011): Barrierefreiheit verstehen und umsetzen: Webstandards für ein zugängliches und nutzbares Internet, Heidelberg: dpunkt Verl., S. 647ff.

⁴¹ Die Betrachtungen beziehen sich auf den Zeitraum vom 1. August 2011 bis 15. September 2011. Nachträgliche Veränderungen auf der Webseite konnten nicht mehr berücksichtigt werden.

Durch die Kurzbewertungen sollen mögliche Schwachstellen oder Auffälligkeiten herausgearbeitet werden, die für eine potentielle Hypothesenbildung in Bezug auf die empirischen Untersuchungen, die in Kapitel 5 beschrieben werden, herangezogen werden können. Der technische Hintergrund, wie zum Beispiel die Verwaltung der Webseite durch das CMS Typo3, kann an dieser Stelle keine Berücksichtigung finden. Dieser Aspekt wird in Kapitel 6 eine Rolle spielen, da das CMS als technischer Rahmen für die Neugestaltung fungiert und gegebenenfalls die Konzeption limitiert.

4.1 Struktur

Als Struktur werden im Folgenden die logische Gliederung der Webseite sowie das Verhältnis der unterschiedlichen Seiten zueinander bezeichnet. Der logische Aufbau einer Webseite korreliert zudem mit der Navigation einer Webseite, welche dem Nutzer Zugriff auf die Inhalte bieten soll. Im Wesentlichen kann unterschieden werden zwischen einer linearen Struktur, einer Netz-Struktur und einer Baum-Struktur.⁴² Während der User bei einer linear aufgebauten Webseite sukzessive von einer Seite zur nächsten geführt wird, erlaubt die Netz-Struktur ein unsystematisches Browsen. In diesem Kontext lässt sich beispielsweise das World Wide Web (WWW) als Netzstruktur begreifen.⁴³ Die Baum-Struktur ist die am häufigsten eingesetzte Webseitenstruktur, denn diese gestattet ein zielgerichtetes Recherchieren über diverse Hierarchieebenen.

⁴² Vgl. e-book: Die Webdesign-Referenz. Kapitel 3.4.2ff, Online unter: <http://www.webdesign-referenz.de/start.html>

⁴³ Ebd.

4.1.1 Beschreibung

Die Webseite der Fachbibliothek kennzeichnet sich insbesondere durch die Seitenbaumstruktur, die in Typo3 definiert wird. Um einen Überblick über die Seitenbaumstruktur zu erhalten, wird die Sitemap der Bibliothek betrachtet. Diese kann direkt über die Quicklinks, über den Index A-Z, sowie über die Footer-Navigation am Ende der Webseite aufgerufen werden.⁴⁴ Eine Sitemap zeigt die „*Beziehungen zwischen den Inhalten und Funktionalitäten in der Website-Architektur*“.⁴⁵ Mit Hilfe des Open Source Programms XMind⁴⁶ wird die Sitemap der WiWiDok visualisiert (Vgl. Abb.2).

⁴⁴ <http://www.wm.tu-berlin.de/menue/einrichtungen/bibliotheken/wiwidok/benutzungshinweise/sitemap/>

⁴⁵ Kalbach, J. [2008]: Handbuch der Webnavigation: die User-Erfahrung Optimieren. Köln: O'Reilly, S. 227.

⁴⁶ <http://www.xmind.net/>

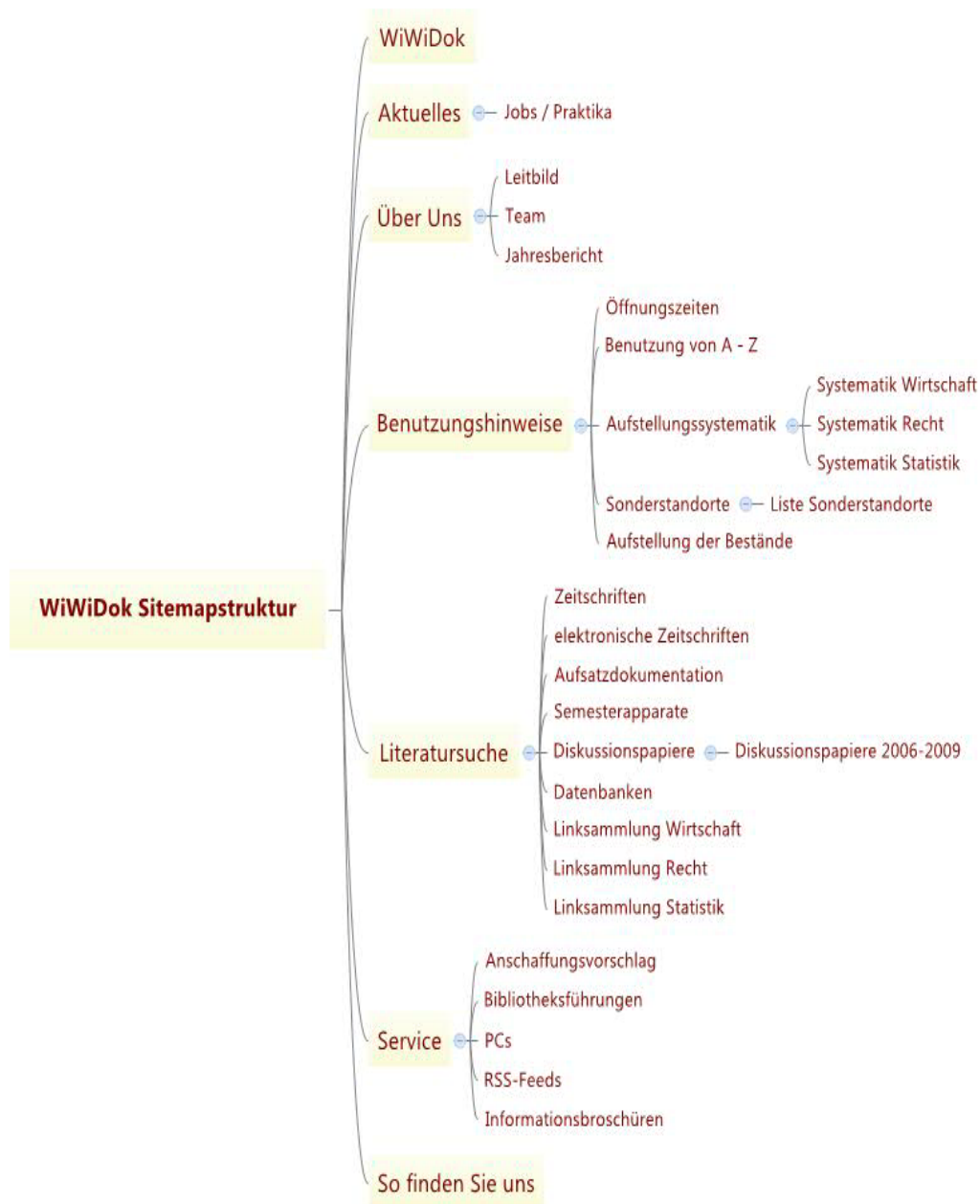


Abbildung 2: Visualisierung der Sitemap der WiWiDok mit Hilfe von XMind

Die Visualisierung dient zum besseren Verständnis des strukturellen Aufbaus und zeigt die hierarchische Verwaltung der Webseite. Sie kann zudem als Navigations-element auf einer Webseite dienen. Insgesamt gliedert sich der Aufbau in drei Ebenen. Die Hauptebene besteht aus den sieben Komponenten „WiWiDok“, „Aktuelles“, „Über Uns“, „Benutzungshinweise“, „Literatursuche“, „Service“ und „So

finden Sie uns“. Bis auf die Knotenpunkte „WiWiDok“ und „So finden Sie uns“ werden alle weiteren Seiten durch eine zweite Hierarchieebene ergänzt. Die Elemente „Benutzungshinweise“ und „Literatursuche“ werden jeweils um eine dritte Ebene erweitert. Ebenso verfügen diese beiden Komponenten im Vergleich zu den anderen Elementen der ersten Ebene über die meisten Unterseiten. Die Anzahl der Unterseiten variiert von null bei der Komponente „So finden Sie uns“ bis zu maximal neun bei der Komponente „Literatursuche“.

4.1.2 Fazit

Die Webseite der WiWiDok zeigt die typischen Merkmale einer Baumstruktur mit maximal drei Hierarchieebenen. Insgesamt ist die Seite jedoch durch eine inkonsistente Aufsplittung innerhalb der Ebenen charakterisiert. Diese Inkonsistenz zeigt sich durch die uneinheitliche Anordnung der einzelnen Ebenen und lässt sich sowohl auf den beschriebenen Einzelebenen als auch in der Gesamtstruktur der Sitemap nachweisen. Im Hinblick auf die Verwendung eines CMS, bei dem Struktur, Inhalt und Grafik getrennt voneinander verwaltet werden, ist es sinnvoll auf eine transparente und logische Struktur zu achten. Dies wird in der Neukonzeptionierung Beachtung finden.

4.2 Navigation

Nach Kalbach soll eine Webnavigation sechs Funktionen erfüllen. Neben dem Zugang zu Informationen, soll die Navigation dem Suchenden die „*Position innerhalb der Webseite aufzeigen, die thematische Bedeutung der Webseite widerspiegeln, Branding unterstützen und die Vertrauenswürdigkeit einer Webseite beeinflussen. Daneben nimmt die Navigation Einfluss auf das Endresultat der Webseite.*“⁴⁷ Ein Merkmal einer guten Webnavigation ist laut Kalbach die Beiläufigkeit. Die Navigation ist demzufolge funktional, wenn ein Benutzer diese nicht bewusst wahrnimmt.⁴⁸ Nachfolgend wird die Navigation der Bibliothekswebseite betrachtet.

4.2.1 Beschreibung

Da die Bibliothekswebseite als Unterseite der Fakultät Wirtschaft & Management geführt wird, liefert die Haupt- bzw. Primärnavigation allgemeine Einstiege zum Beispiel für zukünftige Studierende, für Studierende und für Absolventen der Technischen Universität Berlin. (Vgl. Abb. 3):



Abbildung 3: Screenshot der Primärnavigation der Fakultätswebseite

⁴⁷ Vgl. Kalbach, J. [2008]: Handbuch der Webnavigation: die User-Erfahrung Optimieren. Köln: O'Reilly S. 5f.

⁴⁸ Vgl. Ebd. S.3.

Die lokale Navigation befindet sich auf der linken Seite in Form von sieben Kategorien, welche in Äquivalenz zu den in Punkt 4.1.1. erläuterten Komponenten der Sitemap stehen. Als lokale Navigation wird hier der sukzessive Einstieg auf die, in der Sitemap dargestellten, Webseitenhierarchie bezeichnet.

Weitere gängige Bezeichnungen für diese Art der Navigation sind z.B. Pagelevel-Navigation oder Subnavigation.⁴⁹ Die erste Rubrik „WiWiDok“ zeigt die Startseite mit den Hinweisen auf Aktuelles und den Öffnungszeiten im Inhaltsblock der Seite sowie die Kontaktdaten mit der Adresse, der Telefonnummer und der Möglichkeit der Emailanfrage in der oberen rechten Randspalte der Webseite (Vgl. Abb. 4).



Abbildung 4: Screenshot der Startseite der Fachbibliothek

⁴⁹ Vgl. Ebd. S.87ff.

Auf der unteren rechten Randspalte befinden sich die Quicklinks. Das Ziel von Quicklinks im Allgemeinen ist es, einen direkten Zugriff auf die wesentlichen Inhalte zu bieten und den Nutzer schnell und effektiv zu den gewünschten Inhalten zu führen.⁵⁰ Auf der Bibliothekswebseite werden hier insgesamt neun Direkt-einstiege offeriert. So wird neben der Verlinkung zu den Öffnungszeiten ein Link zum Online Katalog der Universitätsbibliothek angeboten. Ebenfalls werden dem Benutzer folgende Navigationselemente angeboten: „Anschaffungsvorschlag“, „Index von A-Z“, „Orientierungsplan“, „RSS-Feeds“, „Sitemap“, „TU-Mailbox“, sowie ein Link zur „Universitätsbibliothek“. Die rechte Randleiste ist als statisches Element in die Gesamtstruktur der Webseite integriert. Über die Kategorie „Aktuelles“ der Pagelevel-Navigation finden sich Informationen zu Neuerungen der WiWiDok. Zur Steuerung der Webseite werden primär Hyperlinks verwendet, die in die Inhaltsblöcke des CMS TYPO3 eingebunden werden. Die Einbettung von Links in einen Text wird als Kontextnavigation bezeichnet. Durch assoziative und inhaltsverwandte Links, die im Textblock in roter Farbe und unterstrichen markiert werden, kann der Suchende durch die komplette Webseite geführt werden und zwischen den diversen Hierarchieebenen springen. Bei der Betrachtung der Webseite fällt insbesondere diese Kontextnavigation auf, denn es lassen sich insgesamt 526 Links nachweisen. Um ein möglichst genaues Bild der Kontextnavigation zu erhalten, wurden alle Hyperlinks der Bibliothekswebseiten extrahiert und in eine Liste „Linkanalyse“ übertragen.⁵¹ Mit Ausnahme der Kategorieverlinkungen „Aktuelles“ und „Öffnungszeiten“ der Startseite wurden hier alle Verweise, die in den mittleren Textblock der Webseiten eingebunden wurden, mitgezählt. Für die Auszählung und grafische Repräsentation wurden die exakten Benennungen der Links berücksichtigt. Von den 526 Links erscheinen 16 Links häufiger als zweimal. Etwa 5,90 % aller Links werden genau zweimal auf

⁵⁰ Ebd., S. 98f.

den WiWiDok-Seiten platziert. Die übrigen 356 URLs fließen in ihrer spezifischen Bezeichnung exakt einmal in die Webseiteninhalte ein. Am häufigsten erscheint der Link „Nach oben“ auf den Webseiten, denn dieser kann 28mal gezählt werden, was einem prozentualen Anteil von 5,32 % entspricht. Die Verlinkung „Nach oben“ ist zwar ebenfalls Bestandteil der lokalen Benutzerführung, diese findet in der Auswertung jedoch keine Beachtung, da sie in die Kontextblöcke integriert ist. Die Sprungmarken sind in der Darstellung identisch mit den Kontextverlinkungen, was zu Irritationen beim Benutzer führen und bewirken könnte, dass die Anker nicht als solche wahrgenommen werden. Die Webseiten mit den meisten Anker-Links befinden sich auf der zweiten Hierarchieebene der Kategorie „Literatursuche“.⁵²

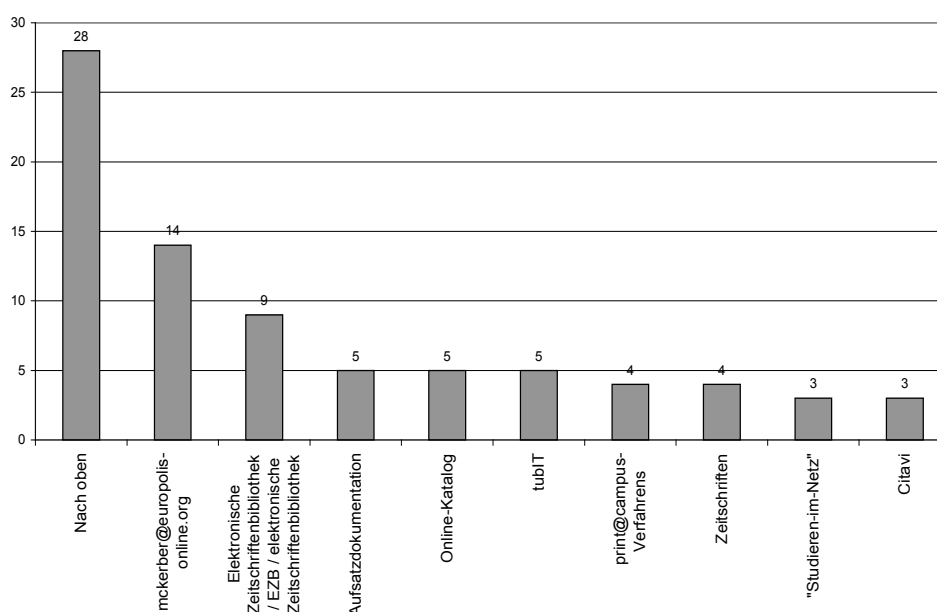


Abbildung 5: Die zehn häufigsten Verlinkungen

⁵¹ Ebd., S. 98f.

⁵² Vgl. z.B. Linksammlung Recht, Online unter: http://www.wm.tu-berlin.de/menue/einrichtungen/bibliotheken/wiwidok/literatursuche/linksammlung_recht/

Die Abbildung 5 zeigt die Übersicht über die zehn häufigsten Verlinkungen auf den gesamten WiWiDok-Webseiten nach alphabetischer Sortierung. Der zweithäufigste Link ist die Emailadresse des Autors Markus Kerber, dessen Diskussionspapiere als PDF-Varianten per Email angefragt werden können. Jeweils fünfmal wird auf den Online-Katalog sowie auf das IT-Service-Center TU Berlin und auf die Elektronische Zeitschriftenbibliothek verwiesen. Hinzuweisen ist an dieser Stelle auf diverse Divergenzen in Bezug auf Orthographie und Bezeichnungen der URLs. So wird auf den Webseiten fünfmal zum „Online-Katalog“ verlinkt, einmal jedoch wird die Benennung „Onlinekatalog“ gewählt.⁵³ Kongruent dazu wird fünfmal die Bezeichnung „Elektronische Zeitschriftenbibliothek“, jeweils einmal „elektronische Zeitschriftenbibliothek“, „Elektronische Zeitschriftenbibliothek EZB“, „EZB (elektronische Zeitschriftenbibliothek): deutsche Nationallizenzen“ und „EZB: Zeitschriften im Volltext“ gewählt. Damit wird sogar neunmal auf die EZB verlinkt, was in der Auswertung die dritthäufigste Verlinkung darstellt. Eine einheitliche Linkbenennung für identische Zielseiten ist dringend anzuraten und entspricht den Anforderungen an eine gelungene Web Usability.⁵⁴ Diese Divergenzen der Hypertextbezeichnungen lassen sich bei mindestens weiteren vier Kontextverlinkungen nachweisen.⁵⁵

- Aufsatzdokumentation der WiWiDok / Aufsatzdokumentation
- GBI-Genios Deutsche Wirtschaftsdatenbank GmbH / GBI-Genios
- WiWiBerlin / WiWiBerlin.de
- ZEW: Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung / ZEW

⁵³ Vgl. z.B. <http://www.wm.tu-berlin.de/menue/einrichtungen/bibliotheken/wiwidok/literatursuche/> sowie <http://www.wm.tu-berlin.de/menue/einrichtungen/bibliotheken/wiwidok/service/bibliothekseinfuehrungen/>

⁵⁴ Nielsen, J. /Loranger, H. [2008]: Web Usability, München u.a. : Addison-Wesley, S.190.

⁵⁵ Vgl. Anhang H Linkanalyse.

Interessant ist an dieser Stelle auch die Art der Kontextverlinkungen. Zwar zählen zu den häufigsten Verlinkungen (Vgl. Abb. 5) neben dem Anker-Element „Nach oben“ und der Emailadresse Verweise auf seiteninterne Inhalte, wie zum Beispiel die Aufsatzdokumentation oder der Online-Katalog der TU-Bibliotheken, jedoch werden in den Kontextblöcken primär externe Links zur weiteren Recherche angeboten. Daneben sind Links wie zum Beispiel „Datenbanken“ oder „Zeitschriften“ Verweise zu internen Seiteninhalten und werden im Text als Navigationselement verwendet. Hyperlinks, die einen Download ermöglichen, werden als seiteninterne Verlinkung gezählt. Die Auswertung aller Links ergibt 141 interne Verweise und 281 Verweise auf externe Webseiten. Die Multilinks wurden in der Auszählung zu jeweils einem Verweis zusammengezählt.⁵⁶ Damit navigiert die WiWiDok ihre Benutzer zu 50 % auf externe Webangebote.

Um die Benutzer zielorientiert zu den externen Angeboten zu führen, muss jedoch die Aktualität der Links gewährleistet sein. Stichproben aus der Linkliste zeigen hier jedoch Mängel in Form von fehlgeleiteten oder inkorrekten Links.⁵⁷

4.2.2 Fazit

Insgesamt kann die Navigation der Webseite als strukturell-assoziativ bezeichnet werden, denn die Steuerung fußt auf der hierarchischen Gliederung der Seite und bietet gleichzeitig Verlinkungen als Navigationselemente an, die über die strukturelle Ebene hinausgehen.⁵⁸ Die Anzahl der 526 Links erscheint hoch und ist aus Benutzerperspektive zu hinterfragen, denn diese steht konträr zu der von Kalbach postulierten Beiläufigkeit, die eine Webseitenavigation erfüllen sollte. Nahezu die Hälfte aller Kontextverlinkungen führt zu externen Webseiten.

⁵⁶ Vgl. Anhang H Linkanalyse.

⁵⁷ Vgl. Ebd.

⁵⁸ Vgl. Kalbach, J. (2008): Handbuch der Webnavigation. Die User-Erfahrung Optimieren. Köln: O'Reilly, S.88.

Die Links sind ausnahmslos reziprok und eine Rücknavigation ist lediglich über den Button des Browsers möglich. In Erscheinung treten ebenfalls die Divergenzen in der Benennungspraxis der Hyperlinks. Eine Vereinheitlichung ist aus Usability-Aspekten dringend anzuraten. Einheitliche und prägnante Linkbezeichnungen können laut Nielsen und Loranger die Sichtbarkeit des Webangebots erhöhen und damit die Wahrnehmung des Benutzers positiv beeinflussen.⁵⁹

Die Anordnung und Selektion der Quicklinks erscheint auf den ersten Blick etwas verwirrend zu sein. Beispielsweise werden die Öffnungszeiten auf der Linkliste ganz oben positioniert, obwohl diese in den Inhaltsblock auf der Startseite eingebunden sind. Dieser Link wird daher an dieser Stelle als redundant angesehen. Das Aufrufen der Rubrik „Aktuelles“ in der Hauptnavigation zeigt eine weitere Doppelverlinkung. So wird im Inhaltsblock auf die „RSS-Feeds“ verwiesen, welche über den hinterlegten Link abonniert werden können. In den Quicklinks erscheint ebenfalls ein Link zu den „RSS-Feeds“, die zudem über den „Index A-Z“ angewählt werden können. Daher lautet eine erste Vermutung, dass sich ähnlich gelagerte Redundanzen in der Benutzerführung noch häufiger nachweisen lassen. Eine Beispielrecherche über den Quicklink „Online-Katalog“ leitet direkt zum Online Public Access Catalogue (OPAC) der TU-Bibliotheken. Der Benutzer gelangt auch hier lediglich über den Rück-Button des Browsers erneut auf die WiWiDok-Seite. Interessant wäre hier auch die Erkenntnis über die tatsächliche Nutzung der Quicklinks durch die Benutzer sowie die Motive, die zur Auswahl und Sortierung der Schnelleinstiege auf der Startseite geführt haben. Diesen Aspekt gilt es bei der Gruppendiskussion weiterzuverfolgen, um Anhaltspunkte über das tatsächliche Navigationsverhalten der Benutzer zu erhalten und um die Quicklinks effektiver einsetzen zu können.

⁵⁹ Nielsen, J. /Loranger, H. [2008]: Web Usability, München u.a. : Addison-Wesley, S.187.

4.3 Inhalt

Mit Inhalt werden nachfolgend Aspekte bezeichnet, die sich auf die Webseitentexte und deren Präsentation beziehungsweise Formulierung beziehen. Die Bestands- und Dienstleistungsangebote selbst wurden in Kapitel 3.2. skizziert. In der Fachliteratur existiert eine Vielzahl von Praxisvorschlägen zur Formulierung effektiver Webseiteneinhalte.⁶⁰ Diese lassen sich primär auf die zahlreichen Eye-Tracking-Studien der letzten Jahre zurückführen.⁶¹ Die Schlüsselerkenntnis dieser Untersuchungen bildet dabei das F-Muster, nach dem sich der Blick eines Benutzers zunächst zweimal horizontal und anschließend vertikal zum rechten Rand der Webseite bewegt. Die Studien belegen zudem, dass die Rezeption von Bildschirmtexten sprunghaft und damit anders, als bei papierbasierten Versionen, erfolgt. Die Webseitentexte werden häufig oberflächlich erfasst und die Benutzer legen Wert auf eine prägnante Präsentation der für sie relevanten Inhalte.⁶² So konkretisiert beispielsweise Mario Fischer diese und formuliert Kriterien für eine erfolgreiche Benutzeradressierung. Prägnante Aussagen, kurze Absätze mit Aufzählungen, Kernaussagen am Anfang des Textes, akzentuierte Kernbegriffe sowie der Verzicht auf Textanimationen tragen demnach zur besseren Usability bei.⁶³

⁶⁰ Vgl. Fischer, M.(2006): Website Boosting : Suchmaschinen-Optimierung, Usability, Webseiten-Marketing, Heidelberg : mitp, S. 323-338, sowie Nielsen, J. /Loranger, H. [2008]: Web Usability, München u.a. : Addison-Wesley, S.249-279.

⁶¹ Die ersten Erkenntnisse zum Blickverlauf der Benutzer beim Betrachten von Webseiten wurden 2004 vom Poynter Institute veröffentlicht, URL: <http://www.poynter.org/>. Weitere Studien folgten in den letzten Jahren und bestätigten das F-Muster. Vgl. z.B. Russel, M. (2005): Using Eye-Tracking Data to Understand First Impressions of a Website, In: Usability News, February 2005, Vol. 7 Issue 1. , Online unter: <http://www.surl.org/usabilitynews/71/pdf/Usability%20News%2071%20-%20Russell.pdf> ; Vgl. ebenso Nielsen, J. /Pernice, K. (2009): "Eye tracking Web Usability", s.l.: New Riders Press.

⁶² Gutheim, P. (2008): Der Webdesign-Praxisguide : Professionelle Konzeption von der Planung bis zur Promotion, Berlin u.a. : Springer., S. 83.

⁶³ Vgl. z.B. Fischer, M. (2006): Website Boosting : Suchmaschinen-Optimierung, Usability, Webseiten-Marketing, Heidelberg : mitp, S. 326-333.

4.3.1 Beschreibung

Die Texte werden im Contentbereich⁶⁴ der Webseite präsentiert. Dieser befindet sich zwischen der linken Randnavigation und der rechten Spalte mit Serviceboxen und Hilfsfunktionen. Die Position der Inhaltselemente ist im TU-internen Styleguide zum Corporate Design geregelt. Die Anordnung der Texte erfolgt linksbündig. Die Abbildung 6 zeigt, stellvertretend für andere Inhaltsblöcke, den Webseitentext zu den Bibliothekseinführungen.⁶⁵

Bibliothekseinführungen

Seit Mitte Oktober 2010 bieten wir Einführungen in die Benutzung der WiWiDok an. Dauer: ca. 90 Minuten.

Die Schulungen sind praxisorientiert und sollen unseren Studenten helfen, sich schneller in der WiWiDok und im [Onlinekatalog](#) zurechtzufinden, um effizient an Literatur heranzukommen.



© WiWiDok



Bitte Studentenausweis und die tubIT-Anmeldung mitbringen (wird gleichzeitig mit dem Studentenausweis ausgegeben --> **bitte unbedingt den tubIT-Account vorher freischalten!**).

Wir bieten folgende **Termine** an - **Anmeldung** siehe unten; Treffpunkt an der Ausleihtheke der WiWiDok:

• -

Für mehrere Personen ist auch eine individuelle Terminvereinbarung möglich. Schreiben Sie uns einfach eine Mail an das unten stehende Kontaktformular.

Anmeldung über das unten stehende Kontaktformular, Emailadresse und **gewünschten Termin bitte mit angeben:**

Anmeldung Erstsemesterschulung

Email und Termin nicht vergessen anzugeben!

 [E-Mail-Anfrage](#)

Abbildung 6: Contentblock „Bibliothekseinführung“

⁶⁴ Als Contentbereich- bzw. -block wird im Folgenden der mittlere Inhaltsbereich der Webseiten bezeichnet.

⁶⁵ <http://www.wm.tu-berlin.de/menu/einrichtungen/bibliotheken/wiwidok/service/bibliothekseinfuehrungen/>

In der Rubrik „Bibliothekseinführung“ werden wesentliche Informationen zur Einführung in die Bibliotheksbenutzung, wie zum Beispiel die Dauer des Serviceangebots oder zur Anmeldung dazu, genannt. Der Textbaustein besteht aus sechs Absätzen. Der Styleguide der TU lässt für die Überschriften die Schriftart Arial und Verdana für die Textblöcke zu. Die Header der Webtexte sind in Fettdruck gehalten, daneben werden auch einzelne Begriffe innerhalb eines Textes durch Fettdruck akzentuiert. Auffällig ist hier auch die Verwendung des Kursivdrucks an einer Stelle. Eine Stichprobe von Inhaltsblöcken anderer Rubriken zeigt an mindestens drei weiteren Passagen kursiv markierte Texte oder Einzelbegriffe.⁶⁶ Dadurch wirken die Textinformationen insgesamt unruhig. Zwischen dem vierten und fünften Absatz ist ein Listenelement zu sehen, auf den jedoch kein Inhalt folgt (Vgl. Abbildung 6). Der Textfluss wird an dieser Stelle durchbrochen und die Lesbarkeit der Webseite dadurch gehemmt.

4.3.2 Fazit

Durch die Mischung der unterschiedlichen Schriftauszeichnungsarten wie kursiv oder fett wirken die Textstellen unruhig. Ein homogenes Verfahren in Bezug auf die Verwendung von besonderen Begriffen und Passagen wäre empfehlenswert. Dadurch wird eine klare Linie erkennbar und die Lesbarkeit garantiert.⁶⁷

⁶⁶ Vgl. hier z. B. den Contentblock „Zeitschriften“, URL: <http://www.wm.tu-berlin.de/menue/einrichtungen/bibliotheken/wiwidok/literatursuche/zeitschriften/>, die Eintragungen in der Rubrik „Aktuelles“, URL: <http://www.wm.tu-berlin.de/menue/einrichtungen/bibliotheken/wiwidok/aktuelles/> oder die Angaben zu den Öffnungszeiten, URL: <http://www.wm.tu-berlin.de/menue/einrichtungen/bibliotheken/wiwidok/benutzungshinweise/oeffnungszeiten/>

⁶⁷ Vgl. z.B. Gutheim, P. (2008): Der Webdesign-Praxisguide : Professionelle Konzeption von der Planung bis zur Promotion, Berlin u.a. : Springer. S. 85.

4.4 Gestaltung

Unter dem Aspekt der Gestaltung wird vorrangig der Einsatz von Bildern auf der Webseite der WiWiDok diskutiert. Das Ziel der folgenden Beschreibung soll die kritische Auseinandersetzung mit den verwendeten Bildmaterialien sein. Nach Hellbusch und Probiesch können Bilder und Grafiken drei Ziele auf einer Webseite erfüllen. So können Bilder einen dekorativen, informativen und illustrativen Zweck erfüllen.⁶⁸ Bei einem rein dekorativen Einsatz beinhaltet das Bild keine eigenen Informationen, denn diese werden durch den Text vermittelt. Werden Informationen durch Grafiken transportiert, die nicht oder nur teilweise im Text vorkommen, wird dies als informativer Einsatz bezeichnet. Als illustrative Verwendung kann zum Beispiel die Visualisierung eines konkreten Sachverhalts benannt werden. Eine Differenzierung der Bildmaterialien ist daher vor der Platzierung der Gestaltungselemente zu unternehmen.

Als Grundlage für eine Bewertung werden die von Beaird formulierten Hinweise zur Gestaltung von Webseiten vorgeschlagen, da sie auf die zentralen Merkmale in prägnanter und praktikabler Weise umsetzbar erscheinen. Der amerikanische Grafikdesigner empfiehlt die Auswahl des Bildmaterials anhand von drei Fragen, die sich im Wesentlichen auf „*Relevanz, Interesse und Anziehung*“ reduzieren lassen:⁶⁹ „*Ist das Bild relevant? Ist das Bild interessant? Ist das Bild ansprechend?*“⁷⁰ Zwar räumt der Autor einen fehlenden objektiven Charakter der Fragen ein, jedoch verweist er auf die künstlerische Entscheidungsfreiheit, die je nach Projekt und Anforderungsprofil durch eine gewisse Subjektivität gekennzeichnet ist.⁷¹

⁶⁸ Hellbusch, J. E. /Probiesch, K. (2011): Barrierefreiheit verstehen und umsetzen: Webstandards für ein zugängliches und nutzbares Internet, Heidelberg: dpunkt Verlag, S. 376.

⁶⁹ Beaird, J. (2011): Gelungenes Webdesign, die Prinzipien der Webseitengestaltung, ein Leitfaden für Webprogrammierer, 2. überarb. und erw. Aufl, s.l.: dpunkt Verlag.

⁷⁰ Vgl. Ebd. S. 162f.

⁷¹ Ebd. S. 163.

Zudem sollte die Bibliothek die Frage nach der Zielgruppe beziehungsweise nach den Adressaten zu stellen. Für wen soll das Bild relevant, interessant und ansprechend sein?

4.4.1 Beschreibung

Der Styleguide der Technischen Universität gibt die Position der Bilder innerhalb der Webseite vor. So sind diese rechtsbündig im Contentbereich anzuordnen. Zudem soll auf eine geeignete Auflösung von Grafiken geachtet werden.⁷²

Der folgende Ausschnitt der Startseite zeigt exemplarisch den Einsatz von Bildmaterial auf der Startseite der WiWiDok:

Herzlich willkommen

... auf den Webseiten der
WiWiDok:
Fachbibliothek Wirtschaft,
Recht & Statistik



© WiWiDok



Aktuelles

Bibliothekseinführungen ab 20.10. ...

 [mehr](#)

Öffnungszeiten

Es gelten die Semester-Öffnungszeiten
...

 [mehr](#)

Abbildung 7: Einsatz von Bildmaterial auf der Startseite

⁷² Die exakten Pixelwerte obliegen dem Tu-internen Gebrauch und können hier nicht genannt werden.

Bei dem Bild handelt es sich um eine Fotografie, welche einen Teilbereich der Bibliothek zeigt. Im Vordergrund der rechten Bildseite ist ein Zettelkatalog zu sehen. Der lange Flur wird auf der rechten und linken Bildseite von Bibliotheksregalen eingerahmt, die mit Büchern oder bunten Zeitschriftenbänden bestückt sind. Eine Überprüfung aller Webseiten ergibt, dass dieses Bild exakt dreimal gezeigt wird. Neben der Startseite⁷³ kommt die Abbildung im Inhaltsblock zum Leitbild⁷⁴ sowie bei den Benutzungshinweisen⁷⁵ zum Einsatz. Daneben fungiert die Grafik als Illustration des Bibliotheksaccounts des WiWiBerlin-Blogs.⁷⁶ Insgesamt lassen sich auf den Webseiten der WiWiDok 26 Bilder nachweisen, die bis auf das oben genannte Bild, jeweils einmal gezeigt werden. Bei den verwendeten Realbildern handelt es sich primär um Abbildungen, die Ausschnitte der Bibliotheksräume zeigen, wie zum Beispiel den Computerpool.⁷⁷

PCs zur Recherche

In der WiWiDok stehen 15 Benutzerarbeitsplätze für die Literatur- und Datenbankrecherche zur Verfügung. Diese sind überwiegend im Ausleihbereich zu finden, aber auch am Ende des Lesesaals Wirtschaft und vor dem Übergang in den Lesesaal Recht. Dort ist an zwei Rechnern die Recherche in der juris-Datenbank möglich. Die Recherche in TU-weit abonnierten Datenbanken funktioniert von allen in der WiWiDok stehenden Rechnern aus.

Im Ausleihbereich stehen seit Januar 2010 zur Recherche zehn ThinClients zur Verfügung, die mit tubIT-Anmeldung zugänglich sind.

Im gesamten Bereich der WiWiDok ist ein WLAN-Zugang der tubIT.



© WiWiDok



Abbildung 8: Einsatz von Bildmaterial im Navigationsbereich „Service“

⁷³ <http://www.wm.tu-berlin.de/menue/einrichtungen/bibliotheken/wiwidok/wiwidok/>

⁷⁴ http://www.wm.tu-berlin.de/menue/einrichtungen/bibliotheken/wiwidok/ueber_uns/leitbild/

⁷⁵ <http://www.wm.tu-berlin.de/menue/einrichtungen/bibliotheken/wiwidok/benutzungshinweise/>

⁷⁶ <http://wiwiberlin.de/forum/viewtopic.php?id=7980>

⁷⁷ <http://www.wm.tu-berlin.de/menue/einrichtungen/bibliotheken/wiwidok/service/pcs/>

Daneben werden Detailabbildungen und Ausschnitte zum Beispiel von CD-ROMs, Telefontastaturen, Buchrücken, Thumbnails von PDF-Dokumenten oder Außenaufnahmen des Gebäudes der Technischen Universität gezeigt. Die nachfolgenden Screenshots zeigen beispielhaft die Verwendung und Positionierung der Bilder und Grafiken:

Datenbanken

Der Zugang zu den an der TU lizenzierten Datenbanken erfolgt über das Datenbank-Infosystem [DBIS](#)



© WiWiDok

- Fachübersicht [Wirtschaftswissenschaften](#)
- Fachübersicht [Rechtswissenschaften](#)
- Fachübersicht [Statistik](#)
- Der Zugriff auf [juris](#) ist in der WiWiDok an den Rechnern, die vor dem Übergang in den Lesesaal Recht stehen, möglich. [Weitere Informationen](#) zur Suche in juris bzw. allgemeine Informationen zu juris.

Abbildung 9: Einsatz von Bildmaterial im Navigationsbereich „Literatursuche“⁷⁸

Aufstellung der Bücher und Zeitschriften

Die genaue Aufstellung der Bestände nach den Signaturengruppen geordnet können Sie dem [Orientierungsplan \(PDF, 359,2 KB\)](#) entnehmen.



© WiWiDok

Abbildung 10: Einsatz von Bildmaterial im Navigationsbereich „Benutzungshinweise“⁷⁹

⁷⁸ <http://www.wm.tu-berlin.de/menue/einrichtungen/bibliotheken/wiwidok/literatursuche/datenbanken/>

So finden Sie uns

Eingang:

Hauptgebäude (H) der TU,
(siehe [Campus-Lageplan](#))

Mit dem Hauptaufzug in den 5. Stock
fahren und nach links wenden. Der
Eingang zur Bibliothek befindet sich in
Raum H 5150 b.

Verkehrsverbindungen:

U2 / Bus M45 und 245
Haltestelle "Ernst-Reuter-Platz"



© WiWiDok



Abbildung 11: Einsatz von Bildmaterial im Navigationsbereich „So finden Sie uns“⁸⁰

4.4.2 Fazit

Die Verwendung der Bilder scheint vorrangig dekorativen Zwecken zu dienen, denn die Materialien vermitteln aus objektiver Sicht keinen eigenständigen Informationsgehalt. Inwiefern sich die Benutzer der Webseite durch die Bilder angesprochen fühlen, soll durch die quantitative Erhebung, welche Gegenstand des Kapitels 5.3. darstellt, eruiert werden können.

Die von Beaird offerierten Fragestellungen können hierbei als Anregung fungieren.

⁷⁹ [http://www.wm.tu-berlin.de/menue/einrichtungen/bibliotheken/wiwidok/benutzungshinweise/aufstellung_der_bestae](http://www.wm.tu-berlin.de/menue/einrichtungen/bibliotheken/wiwidok/benutzungshinweise/aufstellung_der_bestaende/)
[nde/](http://www.wm.tu-berlin.de/menue/einrichtungen/bibliotheken/wiwidok/benutzungshinweise/aufstellung_der_bestaende/)

⁸⁰ http://www.wm.tu-berlin.de/menue/einrichtungen/bibliotheken/wiwidok/so_finden_sie_uns/

Insgesamt lässt das Bildmaterial folgende Kategorisierung zu: Fotografen der Innenräume und des Außengebäudes der Bibliothek, Detailabbildungen von Regalen, CDs, Telefontastaturen und Vorschaubildern von, zum Download angebotenen, PDF-Dokumenten sowie eine clippartähnliche Darstellung im Navigationsbereich Service.⁸¹

⁸¹ <http://www.wm.tu-berlin.de/menue/einrichtungen/bibliotheken/wiwidok/service/bibliothekseinfuehrungen/>

5 Webzugriffstatistik und Datenerhebung

5.1 Webzugriffstatistik

Um einen Überblick über die effektive Nutzung des Webangebotes der WiWiDok zu erhalten, wird im Folgenden die Webzugriffstatistik des Erfassungszeitraums 20. Dezember 2010 bis 25. Juli 2011 betrachtet. Diese Statistik wurde vom IT-Service-Center (tubIT) der Technischen Universität Berlin automatisiert generiert. Die Daten stehen allen TU-internen Einrichtungen zur Verfügung, die eine eigene Webadresse besitzen. Die Verwendung der Daten obliegt der internen Benutzung, weshalb an dieser Stelle nur diejenigen Daten Berücksichtigung finden können, die sich direkt auf die Bibliothek WiWiDok beziehen. Verwaltungsrechtlich ist die WiWiDok der Fakultät VII Wirtschaft & Management zugeordnet, was sich auch im Webauftritt der Bibliothek widerspiegelt, denn diese wird als Unterseite der Fakultätsseite geführt. Die Webzugriffsstatistik erfasst damit primär die Zugriffe auf die Fakultätsseiten, jedoch werden hier auch die Anfragen auf die Bibliothekswebseite gelistet, insofern diese in einem universitätsinternen Ranking unter den 100 häufigsten Anfragen erscheinen. Die Zugriffstatistik ist insbesondere für die weiteren Analysen der Arbeit von Bedeutung, da sie Auskunft über besonders häufig genutzte oder ungenutzte Dienste geben kann.

Das interne Ranking zeigt, dass die meisten Zugriffe auf die Startseite der WiWiDok erfolgen. Die Bedeutung der Fachbibliothek innerhalb der Fakultät wird deutlich durch die Platzierung innerhalb der Top Ten der am häufigsten aufgerufenen URLs der Fakultät, denn hier erscheint die Webadresse der Startseite der WiWiDok direkt auf Platz 8. Die Statistik scheint an einer Stelle unpräzise zu sein, da auf Platz 22 ebenfalls die URL der Startseite erscheint. Diese URL ist im Vergleich zur oben genannten Webadresse gekennzeichnet durch die Verwendung von Kleinbuchstaben. Die Überprüfung beider URLs zeigt, dass beide zur Bibliotheksstartseite führen und somit das Ergebnis verfälschen, denn die Anfragen müssten an dieser Stelle aufsummiert werden, was folgende Änderung nach sich ziehen würde: Anzahl der Abfragen = 10.417 (Platz 8) + 3.596 (Platz 22) =

14.013. Dies entspricht einem prozentualen Anteil von insgesamt 2,5 % und würde eine Verschiebung des Ranking von Platz 8 auf Platz 5 bewirken.⁸² Nach der Startseite werden die Öffnungszeiten am häufigsten mit 3.518 Zugriffen angeklickt. Innerhalb der Top 100 erscheint dies auf Platz 23. Dies demonstriert ein hohes Interesse der Leser auch an dem physischen Raum Bibliothek. Neben den Öffnungszeiten sind es die Angebote der Literatursuche, die einen hohen Stellenwert bei den Nutzern einnehmen, denn diese finden sich auf Platz 31 wieder.

Leider gibt die Statistik an dieser Stelle keine Information über die konkreten Angebote zur Fachinformationsrecherche. Dies könnte auch daran liegen, dass diese nicht in der Top 100 erfasst sind. Eine Besonderheit in den ersten 50 Weblinks zeigt sich auf Platz 48. Der hier angegebene Downloadlink führt direkt zum Dokument des Jahresrückblicks der WiWiDok 2008 – 2010. Dieser wurde 1345mal aufgerufen, was im Hinblick auf das Publikationsdatum des Monats Mai 2011 erstaunlich ist. Interessant wäre an dieser Stelle eine Analyse des Nutzerprofils, welches Aufschluss über die Identität des Nutzers gibt. Handelt es sich beispielsweise um Mitarbeiter der Fakultät oder um Studierende, die Interesse an der Bibliothek und an ihrer Entwicklung haben? Auch hier wird erneut der Stellenwert der Bibliothek innerhalb der Fakultät hervorgehoben.

Die folgenden Seiten wurden ebenfalls in der Top 100 der Anfragestatistik erfasst: Aktuelles, Über Uns, Bibliotheken, Orientierungsplan.pdf, Benutzungshinweise, Service, So finden Sie uns und Benutzung von A-Z. Diese Ergebnisse erfordern eine genauere Evaluation durch die Benutzer, was wir im Folgenden mit Hilfe der Fokusgruppe eruieren werden.

⁸² Vgl. Anfrage-Bericht. In: Gesamtübersicht für Webseite WiWiDok

5.2 Workshop

5.2.1 Vorbereitung

Im Vorfeld der Durchführung der Fokusgruppeninterviews gab es einige Vorbereitungen zu treffen, welche vier Wochen vorher anliefen. Mit Unterstützung der Leiterin der WiWiDok konnte die Leiterin des Fakultäts-Service-Centers der Fakultät VII der TU Berlin für das Projekt als externe Moderatorin gewonnen werden. Für die Umsetzung der Veranstaltung wurde ein Gesprächsleitfaden⁸³, welcher die wichtigsten Themenschwerpunkte abdeckte, erstellt und in einem Vorgespräch mit der Moderatorin konferiert. In gemeinsamer Absprache erfolgte die Ansetzung von zwei Terminen, am 27.09.11 für wissenschaftliches Personal und am 28.09.11 für Studierende. Der Konferenzraum der Fakultät VII wurde für die Interviews zur Verfügung gestellt. Um genügend Teilnehmer zu akquirieren, wurde ein Plakat⁸⁴ DIN A2 entworfen. Dieses wurde neben 15 weiteren Plakaten DIN A4 im Gebäude der TU ausgehängt. An der Ausleihtheke lagen 70 Flyer zur Mitnahme bereit. Die studentischen Mitarbeiter an der Ausleihtheke wiesen die Bibliotheksnutzer auf die Veranstaltung hin und legten Flyer in die ausgeliehenen Bücher. Parallel zu der Printwerbung, erfolgte ein Eintrag auf der WiWiDok-Startseite in der Rubrik „Aktuelles“ sowie im Forum WiWiBerlin. Diese Bewerbungen wurden in Kooperation mit den Bibliotheksmitarbeitern veröffentlicht. Die Bibliotheksleiterin schickte zusätzlich Einladungen per E-Mail an alle wissenschaftlicher Mitarbeiter der Fakultät VII.

Eine Woche vor Veranstaltungsbeginn konnten noch keine Rückmeldungen verzeichnet werden. Demzufolge wurde eine Erinnerung von der Bibliotheksleiterin an das wissenschaftliche Personal in Form einer weiteren E-Mail verschickt.

⁸³ Vgl. Anhang B.

⁸⁴ Vgl. Anhang A.

Daraufhin gab es drei konkrete Zusagen von wissenschaftlichen Mitarbeitern. Von den Studierenden gab es keinen Rücklauf. Auch durch persönliches Ansprechen der Studenten in der Bibliothek konnte kein Teilnehmer gewonnen werden. Daraufhin wurde die Entscheidung getroffen, die Veranstaltung am 27.09.11 als Workshop stattfinden zu lassen und die Veranstaltung am 28.09.11 entfallen zu lassen.

Die Bibliotheksleiterin stellte für diesen Workshop einen Büchergutschein im Wert von 20,00 € zur Verlosung bereit. Ein möglicher Grund für den geringen Rücklauf, ist sicherlich der Zeitpunkt, da Ende September noch vorlesungsfreie Zeit ist und demzufolge nur wenige Mitarbeiter und Studenten regulär an der Universität sind. Dies bleibt jedoch spekulativ. Ein letzter wichtiger Schritt für die Vorbereitung war die Beschaffung einer Kamera zur Aufnahme der Veranstaltung sowie die Organisation von Getränken und Gebäck für die Teilnehmer.

Aktuelles

Gruppendiskussion zur WiWiDok-Webseite

Kennen Sie das Webangebot der Bibliothek? Anregungen, Wünsche, Kritik?
Haben Sie Interesse an einer kritischen  [Diskussion zum Webaufttritt der WiWiDok \(PDF, 1,4 MB\)](#) in angenehmer Atmosphäre mit Kaffee und Keksen?
Dann melden Sie sich bitte **bis zum 22.09.11** bei Ramona Hunkler und Isabell Heinitz per Email:  hunkler.heinitz@gmail.com
Unter den Teilnehmenden verlosen wir je einen Büchergutschein der Buchhandlung Lehmanns im Wert von 20 EUR als Dankeschön für die Unterstützung!
Wann?
27.09.11 für Wissenschaftliches Personal von 10:00 Uhr bis 11:30 Uhr
28.09.11 für Studierende von 11:30 Uhr bis 13:00 Uhr
Wo?
Fakultätsraum H 3143
Moderation: Frau Friederike Demmel

Abbildung 12: Werbung Gruppendiskussion auf der WiWiDok-Startseite

5.2.2 Durchführung

Der Workshop fand am 27. September 2011 im Konferenzraum der Fakultät VII Wirtschaft und Management statt. Die Moderation wurde von der Leiterin des Fakultäts-Service-Centers übernommen. Die Teilnehmer waren vom Lehrstuhl für Internationale Wirtschaftsbeziehungen, vom Fachgebiet Organisation und Unternehmensführung sowie vom Fachgebiet für Ökonometrie und Wirtschaftsstatistik. Frau Heinitz übernahm die Aufnahme der Veranstaltung und Frau Hunkler war für die Präsentation der Webseite im Laufe des Workshops verantwortlich. Die Veranstaltung begann 10:15 Uhr und endete 11:30 Uhr.

Birn⁸⁵ empfiehlt eine Auswertung der Daten in drei Schritten: Transkribieren der Aufzeichnung, Codieren der Aussagen und Analysieren in Bezug auf dahinterstehende Theorien. Die Transkription⁸⁶ des Workshops wurde nach den Regeln von Dresing und Pehl⁸⁷ erstellt. Demzufolge wurde wörtlich transkribiert und nicht lautsprachlich. Wortverschleifungen wurden an das Schriftdeutsch angepasst. Auch bei syntaktischen Fehlern wurde die Satzform beibehalten. Wort- und Satzabbrüche wurden mit Schrägstrich demonstriert. Zu Gunsten der Lesbarkeit wurde die Interpunktion egalisiert. Pausen mit einer Länge von ein bis drei Sekunden wurden in Form von Auslassungspunkten in Klammern dargestellt, längere Pausen erfolgten als Ziffer in Klammern. Aussagen wie „mhm“, „ehm“ und „äh“ wurden nicht transkribiert. Nach jedem Sprechbeitrag endet ein Absatz, an dessen Ende jeweils eine Zeitmarke eingefügt wurde.

Gleichzeitige Rede wird nach Personen getrennt mit einem doppelten Schrägstrich eingeführt und beendet. Unverständliche Textpassagen werden mit *(unv.)* in

⁸⁵ Birn, R. J. (2000): The International Handbook of Market Research Techniques. Second Edition. London.

⁸⁶ Vgl. Anhang C.

⁸⁷ Vgl. Dresing, T. /Pehl, T. (2011): Praxisbuch Transkription: Regelsysteme, Software und praktische Anleitungen für qualitative ForscherInnen, 2. Aufl., Marburg. Online unter: www.audiotranskription.de/praxisbuch

Klammern kenntlich gemacht. Die konkreten Resultate wurden in einer Codierungstabelle ermittelt. Diese Art der Auswertung stützt sich auf Mayring⁸⁸ und wird im folgenden Abschnitt zusammenfassend dargelegt.

<i>Frage/ Thema</i>	<i>TN</i>	<i>Nr.</i>	<i>Paraphrase</i>	<i>Generali- sierung</i>	<i>Reduktion</i>
Wofür wird die Webseite genutzt, was gefällt und welche Funktionen gefallen besonders gut?	CD	2	Sehr zufrieden	Zufrieden mit dem Webauftritt	Besonders gut am Webauftritt ist:
	CD	22	aufgeräumte Seite gefällt sehr gut, Online-Katalog mehr für Literatur im Bereich Lehre, sonst Google, Typo 3 Design ist ganz clever	gut strukturierte Seite durch Typo 3, Literaturrecherche für Lehre im OPAC, sonst Nutzung von Google	-Strukturierung durch Verwendung von TYPO 3 -der OPAC, weil er gute Ergebnisse und Sucheinstiege liefert
	EF	3	Über Link Online-Katalog sofort in OPAC, über Datenbanken und Zeitschriften viele Artikel finden, sehr gut	Der Link Online-Katalog bietet gute Sucheinstiege, gute Recherchemöglichkeiten in Datenbanken und Zeitschriften	-das Angebot diverser Datenbanken und Zeitschriften zur Recherche -dass es Erklärungen zu den Literaturrechercheangeboten gibt
	EF	12	sofort den OPAC Bestand überprüfen, Standort, Signatur	OPAC liefert sofort notwendige Informationen	
	GH	5	Ich nutze die WiWi-Dok Seite selten, mache viel Literaturrecherche direkt über Ebasco, weil viele Artikel sofort als pdf verfügbar sind	Seltene Nutzung der WiWiDok Seite, Literatursuche über Ebasco ist effektiver	-dass Informationen auch praktisch verwendet werden können (Ausdruck von PDF-Dateien)

Abbildung 13: Eigene Darstellung: Auszug aus der Codierungstabelle⁸⁹

⁸⁸ Vgl. Mayring, P. (2003): Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken. 8. Aufl., Weinheim. S.58.

⁸⁹ Vgl. Anhang D.

5.2.3. Ergebnisse

Das Ziel des Workshops war es, Informationen von der Nutzergruppe „wissenschaftliches Personal“ über folgende vier wichtige Themenschwerpunkte zu erhalten:

- Meinungen zur aktuellen Webseite der WiWiDok,
- das Navigationsverhalten,
- die Nutzung der Angebote auf der Webseite
- sowie die Erwartungen an den zukünftigen Webauftritt.

Nachfolgend werden die Ergebnisse in diesen Kategorien demonstriert. Positive Aspekte der Homepage zum Zeitpunkt der Untersuchung sind zum einen der strukturierte Aufbau, welcher durch die Verwendung des CMS TYPO3 begründet ist, und zum anderen der Link zum „Online-Katalog“, welcher gute Ergebnisse und Sucheinstiege ermöglicht. Weiterhin positiv ist das Angebot der Literaturrecherche, das in diversen Datenbanken und Zeitschriften durchführbar ist. Die Erklärungen der einzelnen Datenbanken sowie Informationen in Form von PDF-Dateien werden als praktikabel und nützlich beschrieben. Negativ zu nennen ist die seltene Nutzung der Webseite zur Suche nach Literatur, da die Recherche über Ebsco effektiver sei. Auf der Startseite werden bevorzugt die Funktionen der „Literatursuche“ über die Hauptnavigation als auch der Button „Online-Katalog“ über die Quicklinks verwendet. Der „Direktzugang“ bietet eine sehr gute Möglichkeit, um gezielt zu einer gesuchten Information zu gelangen. Im Kontrast dazu sollte die tatsächliche Nutzung des „RSS-Feeds“ überprüft und gegebenenfalls entfernt werden. Auch die „TU-Mailbox“ wird auf der Bibliothekswebseite als unnötig angesehen. Die Rubrik „Jobs/Praktika“ sollte nur auf der Webpräsenz der Bibliothek zu finden sein, wenn es sich um bibliotheksinterne Jobangebote handelt. Andernfalls sei es eine Rubrik für die Fakultätswebseite, da diese Kategorie nicht bibliotheksspezifisch ist.

Am häufigsten wird die Pagelevelnavigation der Webseite benutzt. Von den angebotenen neun Quicklinks wird lediglich der „Online-Katalog“ verwendet. Aus Sicht der wissenschaftlichen Mitarbeiter liegt diese mangelnde Nutzung an der falschen Positionierung der Quicklinks auf der Webseite. An dieser Stelle wird eine Befragung der Studierenden empfohlen und resultierend daraus sollten die drei häufigsten Funktionen in der Quicklink-Navigation Berücksichtigung finden. Die Links „Sitemap“, „Öffnungszeiten“, „Universitätsbibliothek“ sowie „TU-Mailbox“ sollten aus den Quicklinks entfernt werden.

Die Nutzer kennen nicht alle Bibliotheksangebote. Mit Angeboten sind alle von der Bibliothek bereitgestellten Leistungen wie beispielsweise Links zu externen Angeboten oder verschiedenen Linksammlungen gemeint. Bibliotheksspezifische Angebote wie „Benutzungshinweise“ sind bekannt, werden aber nicht genutzt.

Wünsche und Erwartungen für den neuen Webauftritt sind ein direkter Zugang zum Benutzerkonto auf der Startseite sowie eine Übersicht aller nicht ausleihbaren Bücher, die an dem Aufsichtsplatz der Bibliothek stehen, in Form eines Links über die Quicklinks oder in die Hauptnavigation integriert. Das Serviceangebot könnte mit einer Neuerwerbungsliste, einer Übersicht der Regalstandorte mit den dazugehörigen Signaturen sowie einem direkten Zugang auf der Startseite zu den am häufigsten verwendeten Zeitschriften verbessert werden. Die studentischen Mitarbeiter sollten namentlich auf der Webseite präsentiert werden, um dem Nutzer einen persönlichen Kontakt zu ermöglichen.

Wünschenswert wäre weiterhin ein vereinfachtes Suchportal, welches möglichst viele Quellen automatisiert durchsucht und dem Nutzer alle Arten von gesuchter Literatur als Ergebnis anbietet. Für Studienanfänger wäre als Hilfestellung bei der Literatursuche zur Vorgehensweise im OPAC eine Art Baumdiagramm denkbar. Zudem könnte ein Angebot unterschiedlicher Zugänge, gegliedert nach Nutzergruppe, zu gezielten nutzerspezifischen Anwendungen die Webseite optimieren. Ein Webauftritt in englischer Sprache sollte unbedingt realisiert werden.

Der „Orientierungsplan“ sollte an einem besseren Platz erscheinen.

Für die Erreichbarkeit vieler Nutzer sollte, aus marketingstrategischer Sicht, ein Auftritt auf Facebook konzipiert werden. Das Image der WiWiDok könnte so verbessert werden und gleichzeitig demonstrieren die Institution dadurch die Akzeptanz aktueller Trends aus dem Bereich Web 2.0. Eine mobile Webseite der WiWiDok für Smartphones ist nur denkbar, wenn sie reduziert auf wichtige Informationen, wie zum Beispiel auf die Öffnungszeiten, ist. Primär arbeiten die Nutzergruppen mit Laptops. Demzufolge ist ein mobiles Angebot nicht nötig. Die Webseite ist nach Meinung des wissenschaftlichen Personals dann benutzerfreundlich, wenn die gesuchten Informationen schnell gefunden werden und kein Überangebot existiert.

5.3 Online-Befragung

5.3.1 Vorbereitung

Resultierend aus den Workshopergebnissen wurde der Fragebogen⁹⁰ konzipiert, welcher drei Ziele verfolgt. Zum einen soll dadurch die Nutzergruppe „Studenten“ erreicht werden, um auch deren Wünsche und Anregungen bei der Neukonzeptionierung zu berücksichtigen. Zum anderen sollen Informationen, welche im Workshop nicht abgedeckt wurden, wie beispielsweise eine genauere Betrachtung des verwendeten Bildmaterials auf der Webseite gewonnen werden. Weiterhin soll der Fragebogen die Aussagen des Workshops überprüfen, ob diese auch generalisiert werden können. Ableitend daraus wurden 14 Fragen konstruiert, welche mit dem kostenlosen Umfrage-Tool Limesurvey von der HU Berlin zu einem Online-Fragebogen zusammengefasst wurden.

⁹⁰ Der Konzeption gingen die Anleitungen zur Erstellung von Online-Befragungen von Rüdiger u. a. voraus. Vgl. Rüdiger, J. /Heinz, A. /Decieux, J.-P. /Eirmbter, W. H. (2011): Umfrage: Einführung in die Methoden der Umfrageforschung, 2. erw. und korr. Aufl., München: Oldenbourg, S.124-163.

Die Fragen wurden in sieben unterschiedliche Fragegruppen kategorisiert, um die Auswertung im Nachhinein zu simplifizieren. Die Fragen decken spezifische Bereiche ab, wie zum Beispiel die Startseite der Bibliothek, das Navigationsverhalten, die Literatursuche, das Serviceangebot, die Gestaltung, Wünsche und Anregungen für die zukünftige Webseite sowie persönliche Angaben der Benutzer.⁹¹ Letzteres soll beispielsweise Aufschluss über die Nutzerzugehörigkeit geben. Dadurch kann die Statistik der Nutzergruppen aus Kapitel 3.3 erneut kontrolliert und gegebenenfalls angepasst werden. Vor dem Start der Online-Umfrage erfolgte ein Testlauf, welcher von den Mitarbeitern der WiWiDok durchgeführt wurde, um eventuelle Probleme oder unverständliche Formulierungen anzupassen und Korrekturen vornehmen zu können.

5.3.2 Durchführung

Die Online-Umfrage wurde vom 20.10.11 bis 18.11.11 durchgeführt. Die Teilnehmer wurden per Link sowohl auf der Homepage der WiWiDok unter der Rubrik „Aktuelles“ (Vgl. Abb. 14), sowie im Forum „WiWiBerlin.de“ auf die Umfrage hingewiesen. Zusätzlich wurde der Link auf der Webseite der Fakultät VII Wirtschaft & Management veröffentlicht. Als Ergänzung dazu formulierte die Bibliotheksleiterin eine Rundmail an alle Mitarbeiter der Fakultät VII, sowohl wissenschaftliches Personal als auch Sekretariate und sonstige Mitarbeiter. Für die Teilnehmer wurde von der Bibliothek ein Gutschein zur Verlosung gespendet.

⁹¹ Die Fragetypen variieren zwischen kategorialen und ordinalen Frageformen. Zur Messung der Wichtigkeit wurden in einigen Fragegruppen Likert-Skalen eingesetzt. Vgl. Ebd. S.166ff, sowie Schumann, S. (2006): Praxisorientierte Einführung in empirische Methoden und statistische Analyseverfahren, 4. überarb. und erw. Aufl., München u.a.: Oldenbourg. S. 20ff.

Aktuelles

Umfrage zum Webauftritt der WiWiDok - Gutscheine zu gewinnen

Ihre Meinung zählt! Wie zufrieden sind Sie mit dem aktuellen Webauftritt der WiWiDok?

Nehmen Sie gleich unter folgendem Link an der Online-Umfrage teil:

 <https://umfrage.hu-berlin.de/index.php?sid=45274&lang=de>

Unter den Teilnehmern verlosen wir einen Büchergutschein im Wert von 20,-€.

Abbildung 14: Werbung Online-Umfrage

Um den geringen Rücklauf nach der ersten Woche der Befragung zu erhöhen⁹², waren zusätzliche Marketingmaßnahmen notwendig. So wurde die URL zur Online-Befragung in diversen Foren wie StudiVZ, Facebook sowie in einschlägigen Mailinglisten der TU Berlin gepostet.

5.3.3 Ergebnisse

Insgesamt gingen in die Analyse 127 Antworten ein, von denen 13 Fragebögen unvollständig waren und 114 Fragebögen für die Gesamtauswertung berücksichtigt werden konnten. Die Fragegruppe 7 (Fragen 10 bis 14) bezieht sich auf persönliche Angaben der Benutzer und wird nachfolgend ausgewertet. Von den 114 Teilnehmern gaben 42 % an weiblichen Geschlechts und 58 % männlichen Geschlechts zu sein. Die größte Nutzergruppe findet sich in der Altersklasse der 19-25jährigen mit ca. 66 %, den zweitgrößten Prozentsatz mit etwa 22 % nehmen die 26-35jährigen Benutzer ein. Die übrigen Prozentpunkte verteilen sich auf die Altersgruppen der 36-65jährigen.

⁹² Nach einer Woche gingen etwa 30 Antworten ein.

Signifikant zeigt sich, in Bezug auf die Fachgruppenverteilung, der Bereich Wirtschaftswissenschaften mit ca. 94 %, während die Bereiche Mathematik/Informatik etwa 20 % und Statistik ca. 9 Prozentpunkte einnehmen. Einen verschwindend geringen Anteil nimmt der Bereich Sonstiges mit 7 % ein. Besonders auffällig ist, dass die Rechtswissenschaften mit 0 % in die Analyse einfließen.⁹³ Mit insgesamt 84 Antwortsätzen bilden die Studierenden die Hauptnutzergruppe. Davon haben 69 Teilnehmer der Befragung angegeben, Studierende der TU Berlin zu sein, wobei den Bachelor- und Masterstudierenden ein ähnlich großer Anteil von etwa 26 % zukommt. Bei den übrigen 15 Teilnehmern handelt es sich um Studenten anderer Hochschulen. Etwa ein Viertel aller Antwortenden sind wissenschaftliche Mitarbeiter der Technischen Universität Berlin.

Die folgenden Ergebnisse beziehen sich auf die Fragegruppe 1 zu den Angaben zur Startseite der Bibliothek.⁹⁴ Auf die Frage 1 antworteten etwa 74 % der Teilnehmer, sie seien mit der Startseite zufrieden, sogar circa 5 % mit sehr zufrieden. Lediglich 8 % gaben an, weniger zufrieden zu sein, während 13 % die Startseite überhaupt nicht nutzen. Die Frage 2 der Fragegruppe 1 bezieht sich auf die Informationsangebote, welche die Nutzer auf der Startseite der WiWiDok vorfinden. Hierbei wird die Pagelevelnavigation berücksichtigt.

⁹³ Die Frage ermöglichte eine multiple Antwortoption, was die Differenzen der Prozentangaben erklärt.

⁹⁴ Vgl. Frage 1 und 2 des Fragebogens im Anhang E.

Die folgende Tabelle zeigt die Ergebnisse der Befragung. Die markanten Anteile werden nachfolgend erläutert:

Frage 2: Wie **WICHTIG** sind Ihnen unsere folgenden Informationsangebote auf der Startseite in %?

Angebot	sehr wichtig	weniger wichtig	vollkommen unwichtig	nutze ich nicht
Aktuelles	50,88	28,07	9,65	11,40
Öffnungszeiten	87,72	7,02	2,63	2,63
Kontaktinformation	54,39	30,70	8,77	6,14
Quicklinks	27,19	43,86	14,04	14,91
Über Uns	14,04	42,11	22,81	21,04
Benutzungshinweise	22,81	37,72	24,56	14,91
Literatursuche	83,33	10,53	3,51	2,63
Service	31,59	45,61	11,40	11,40
So Finden Sie Uns	45,62	35,96	9,65	8,77
Direktzugang	20,18	33,33	11,40	35,09

Abbildung 15: Auswertungstabelle Zusammenfassung Frage 2

Für die Hälfte der Befragten ist „Aktuelles“ sehr wichtig, während die übrigen 50 Prozent dieses Angebot von „weniger wichtig“ bis „nutze ich nicht“ einstufen. Knapp 88 % halten die Öffnungszeiten auf der Startseite für unverzichtbar. Die Antworten bezüglich der „Kontaktinformationen“ zeigen sich ähnlich gewichtet wie beim Antwortsatz „Aktuelles“. Der Großteil der Teilnehmer stuft die Quicklinks als „weniger wichtig“ bis „nutze ich nicht“ ein. Lediglich 27 % halten diese für sehr wichtig. Ähnlich gestaltet sich diese Verteilung in Bezug auf Informationen über die Fachbibliothek sowie über die „Benutzungshinweise“. Besonders hervorzuheben sind die Ergebnisse zur „Literatursuche“, denn diese halten etwa 83 % für „sehr wichtig“. Das Angebot „Service“ ist für ein Drittel der Antwortenden unverzichtbar, die übrigen zwei Drittel halten dieses für „weniger wichtig“ beziehungsweise nutzen dieses Angebot nicht. In Bezug auf „So Finden Sie Uns“ zeigt sich eine Ambivalenz in den Antwortsätzen, denn knapp 46 % geben an, die Information auf der Startseite für „sehr wichtig“ zu halten. Die übrigen Prozentanteile verteilen sich auf „weniger wichtig“ bis „nutze ich nicht“.

Der offerierte „Direktzugang“ zu allen TU-internen Webseiten wird von 35 % der Benutzer nicht genutzt.

Die Fragegruppe 2 zielt auf das Navigationsverhalten der Benutzer ab, welches in den Fragen 3 und 4 eruiert werden soll. Im Vordergrund der Untersuchungen stehen hierbei die Quicklinks.

Frage 3: Wie häufig nutzen Sie die Quicklinks in %?

Quicklinks	täglich	mind. 1x/Wo	mind. 1/Monat	seltener als 1/Monat	nutze ich nicht
Öffnungszeiten	0,00	6,14	34,21	32,46	27,19
Online-Katalog	10,53	31,58	23,68	11,40	22,81
Anschaffungsvorschlag	0,00	6,14	7,02	14,91	71,93
Index A-Z	0,00	5,26	16,67	14,04	64,03
Orientierungsplan	0,00	11,40	8,77	30,70	49,13
RSS-Feeds	0,00	7,89	6,14	5,26	80,71
Sitemap	0,00	7,89	2,63	3,51	85,97
TU-Mailbox	6,14	13,16	10,53	11,40	58,77
Universitätsbibliothek	10,53	16,67	24,56	12,28	35,96

Abbildung 16: Auswertungstabelle Zusammenfassung Frage 3

Besonders auffällig ist die Nichtnutzung der Quicklinks im Allgemeinen. Nahezu alle Befragten geben an, diese für Ihre Recherche nicht zu verwenden. Signifikant an dieser Stelle ist zudem, dass sich die „tägliche“ Nutzung der Quicklinks ausschließlich auf spezifische Angebote der TU, wie zum Beispiel TU-Mailbox oder Universitätsbibliothek, und nicht auf die Angebote der WiWiDok beziehen. Bei der optionalen Frage 4 konnten die Nutzer eigene Wünsche äußern, welche zusätzlichen Links unter der Funktion „Quicklinks“ erscheinen sollen. Hierbei gingen 24 Antwortsätze ein, die im Wesentlichen in zwei Kategorien eingeteilt werden können. Zum einen beziehen sich die Wünsche auf einen verbesserten Zugang zur Literaturrecherche, wie beispielsweise EBSCO. Zum anderen zielen diese auf bibliotheksinterne Serviceangebote ab, wie zum Beispiel auf einen direkten Zugriff auf das Benutzerkonto oder auch auf eine Verlinkung zu den Neuerwerbungen der Bibliothek. Einige Nutzer wünschen sich eine höhere Sichtbarkeit der Fachbibliothek auf der Webseite der Universitätsbibliothek.

Die Fragegruppe 3 (Frage 5) bezieht sich auf die Literatursuche und soll einen Überblick über die vom Nutzer favorisierten Angebote liefern.

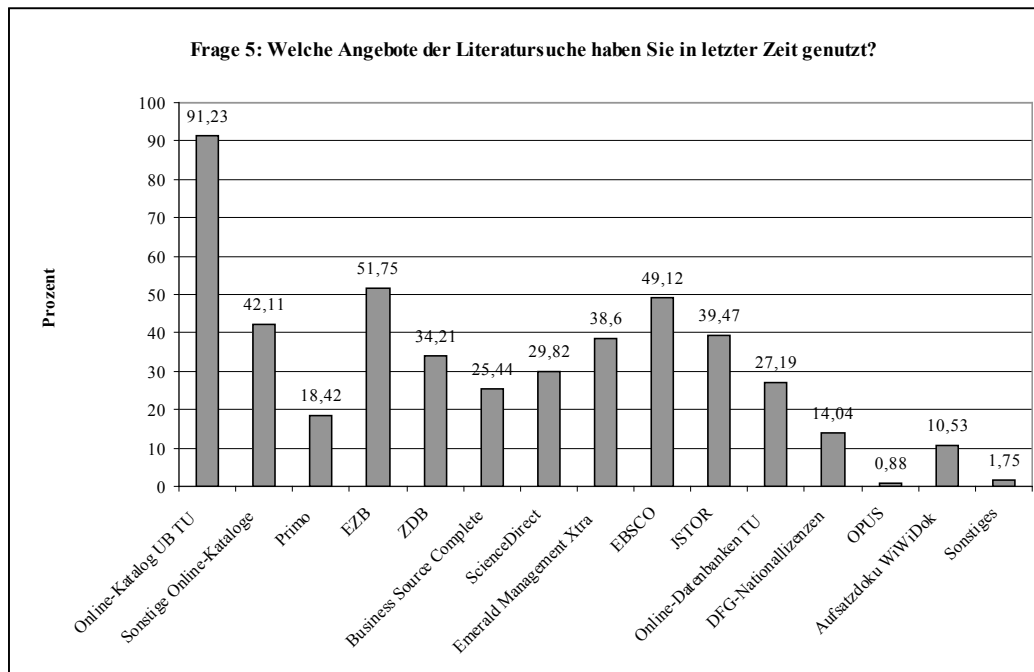


Abbildung 17: Grafische Darstellung Frage 5

Mit etwa 91 % wird der Online-Katalog der TU-Bibliotheken, welcher über die WiWiDok erreichbar ist, genutzt. Andere Online-Kataloge finden mit 42 % bei der Literatursuche Beachtung. Charakteristisch bei der Fachinformationsrecherche zeigt sich die Verwendung folgender Angebote: EZB, ZDB, EBSCO, JSTOR und Emerald Management Xtra. Die relativ hohen prozentualen Anteile spiegeln das Informationsbedürfnis des Fachbereichs wider. Wie sich bereits im Workshop herauskristallisierte, sind es vorwiegend Zeitschriftenartikel und Aufsätze aus Fachjournalen, nach denen besonders häufig recherchiert wird. Diese Erkenntnis wird durch vorliegende Ergebnisse gestützt. Den recht niedrigen Anteil mit knapp 19 Prozentpunkten nimmt das designierte Primo-Suchportal ein.

Dieses soll in Zukunft den Online-Katalog ersetzen. Bezeichnend an dieser Stelle ist die geringe Nutzung der „Aufsatzdokumentation der WiWiDok“.

Die Fragegruppe 4 (Frage 6) bezieht sich auf das Serviceangebot, welches auf der Webseite präsentiert wird.

Frage 6: Wie häufig nutzen Sie die folgenden Serviceangebote der Bibliothek in %?

Angebot	täglich	mind. 1x/Wo	mind. 1/Monat	seltener als 1/Monat	nutze ich nicht
Anschaffungsvorsch.	0,00	6,14	2,63	38,60	52,63
Bib.einführungen	0,00	0,00	2,63	15,79	81,58
PC's	6,14	17,54	16,67	16,67	42,98
RSS-Feeds	4,39	4,39	18,42	3,51	69,30
Info.broschüren	0,00	6,14	11,40	21,05	61,40
Orientierungsplan	0,00	10,53	7,89	23,68	57,89
Jobs / Praktika	0,00	6,14	11,40	24,56	57,89
E-Mail Anfrage	0,00	6,14	0,00	21,93	71,93
Linksammlung	0,00	8,77	8,77	29,82	52,63

Abbildung 18: Auswertungstabelle Zusammenfassung Frage 6

Ähnlich der Ergebnisse der Frage 3, bezüglich der Nutzung der Quicklinks, zeigt sich eine geringe Verwendung der Serviceangebote im Allgemeinen. Insbesondere an den „Bibliothekseinführungen“ wird mit etwa 81 % nicht teilgenommen. Dies impliziert eine dringende Überprüfung der aktuellen Marketingstrategien in Bezug auf die Öffentlichkeitsarbeit der Bibliothek, was auch eine neue Positionierung und Konzeptionierung der Serviceangebote innerhalb der Webseite einschließt.

Die Fragegruppe 5 (Frage 7) bezieht sich auf die Gestaltung und hierbei insbesondere auf das verwendete Bildmaterial.

Frage 7: Inwiefern treffen die Aussagen bezüglich der Bilder der Webseite auf Sie zu in %?

Aussage	trifft vollkommen zu	trifft teilweise zu	trifft kaum zu	trifft überhaupt nicht zu	interessiert mich nicht
Ich erkenne meine Bib wieder.	47,37	34,21	12,28	6,14	0,00
Mein Interesse an der Bib wird geweckt.	28,00	28,07	48,25	17,54	6,14
Ich fühle mich positiv angesprochen.	0,00	24,56	61,40	11,40	2,63
Ich fühle mich negativ angesprochen.	0,00	22,81	36,84	37,72	2,63
Keine Bilder auf der Webseite.	0,00	6,14	11,40	74,56	7,89

Abbildung 19: Auswertungstabelle Zusammenfassung Frage 7

Die Ergebnisse belegen, dass der Großteil der Nutzer sich bezüglich der Verwendung von Bildmaterial ambivalent zeigt. Einerseits fühlen sich von den eingesetzten Bildern weder positiv noch negativ angesprochen, andererseits möchten die Benutzen nicht auf Bildmaterial verzichten. Fast die Hälfte der Antwortenden spricht den Bildern einen gewissen Wiedererkennungswert zu, was die etwa 47 Prozentpunkte belegen.

Die Fragegruppe 6 (Frage 8 bis 9) bezieht sich auf die Benutzerwünsche.

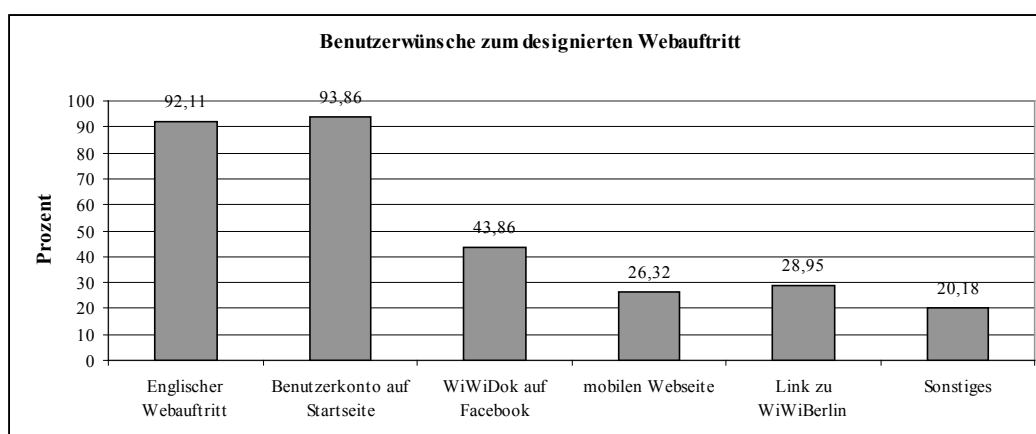
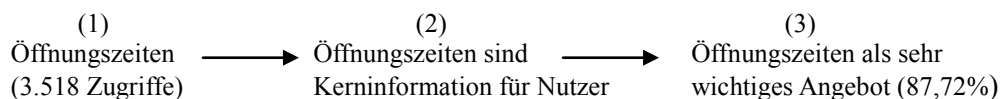


Abbildung 20: Grafische Darstellung Frage 8

Für die Masse der Benutzer ist ein englischsprachiger Webseitenauftritt sowie der Zugang zum Benutzerkonto auf der Startseite von sehr hohem Interesse. Des Weiteren erwarten knapp 44 % einen Auftritt der WiWiDok auf Facebook. Ebenfalls hoffen etwa 20 % der Befragten auf einen Twitter-Account der Bibliothek, was unter „Sonstiges“ ausgefüllt wurde. Bei Frage 9 hatten die Benutzer Raum für Wünsche und Anregungen, die noch nicht berücksichtigt wurden. Hierbei gaben knapp 95% der Teilnehmenden keine Antwort und die übrigen Antworten bezogen sich vorrangig auf die Räumlichkeiten der Bibliothek. Demzufolge finden diese keine Berücksichtigung in der Analyse.

5.4 Zusammenfassung

Nach abschließender Auswertung der dargelegten Untersuchungsergebnisse, werden zusammenfassend die wesentlichen Erkenntnisse präsentiert. Diese werden auf Basis der Methodentriangulation gewonnen. Das nachfolgende Beispiel zeigt den sukzessiven Erkenntnisgewinn von der Webzugriffstatistik (1) über die Gruppendiskussion (2) hin zur Online-Befragung (3).



Dabei bildet die Webzugriffstatistik eine rein faktische Datengrundlage, während der Workshop Subjektivmeinungen von Einzelpersonen abbildet. Eine Generalisierung des Meinungsbildes erfolgt durch die Online-Befragung. Nachfolgende Liste zeigt stichpunktartig die wesentlichen Ergebnisse der drei Erhebungen.

Positiv bewertet

- Direkter Zugang zum Benutzerkonto
- Downloadangebote
- Englischer Webauftritt
- Facebook-Profil
- Hilfestellung Literatursuche für Studienanfänger
- Literatursuche
- Neuerwerbungslisten
- Nutzerspezifische Angebote
- Nutzer wünschen sich Bilder
- Öffnungszeiten
- Regalstandort
- Strukturierte Inhaltsaufbereitung
- Twitter

Negativ bewertet

- Angebote (Beispiel Linksammlung)
- Aufsatzdokumentation
- Benutzungshinweise
- Jobs / Praktika
- kein direkter EBSCO-Zugang
- Orientierungsplan schlecht positioniert
- Quicklinks
- RSS-Feeds
- TU-Mailbox
- Verwendete Bilder sprechen Nutzer nicht an

6 Neukonzeptionierung

6.1 Grenzen und Möglichkeiten

Im Folgenden werden die Grenzen und Möglichkeiten der Neukonzeptionierung vorgestellt. Der Styleguide und das CMS bilden hierbei den statischen Rahmen. Trotz der festgelegten Rahmenbedingungen existieren jedoch zahlreiche Gestaltungsmöglichkeiten. So wird beispielsweise im Styleguide die Platzierung der Navigation diktiert, jedoch nicht die inhaltliche Benennung. Die im vorliegenden Kapitel beschriebenen Optimierungsvorschläge orientieren sich an den bereits in Kapitel 4 festgelegten Analysekriterien: Struktur, Navigation, Inhalt und Gestaltung. Basis der Neukonzeptionierung ist ein angepasstes Struktur- und Navigationsdesign, welches nachfolgend präsentiert wird.

6.1.1 Corporate Design TU Berlin

Aktuell befindet sich das Corporate Design (CD) der TU Berlin in der Überarbeitung, laut der Aussage von Frau Friedrich⁹⁵ vom Referat für Presse und Information der TU Berlin. Es existiert eine Auflistung von 12 Grundregeln für das neue Webdesign mit dem letzten Bearbeitungsstand von 2008, welche auch zukünftig Gültigkeit haben werden. Diese Regeln fassen kurz und präzise die wichtigsten Gestaltungsprinzipien zusammen. Ausführlichere Informationen stehen im Online-Styleguide, dessen neues Publikationsdatum noch nicht fest steht. Demzufolge kann auch hier nur die veraltete Fassung von 2009 Verwendung finden.⁹⁶ Der Online-Styleguide gliedert sich in die zwei Komponenten Design und Markup.

Das Design beinhaltet alle gestalterischen Richtlinien für die Webseitenerstellung. Diese Vorgaben sind erforderlich, um eine hohe Usability und Accessibility zu

⁹⁵ Email-Korrespondenz vom 13.07.2011, Vgl. Anhang I.

⁹⁶ Vgl. Ebd.

gewährleisten.⁹⁷ Die elementaren Vorgaben beziehen sich auf die Gestaltungsflächen, wie beispielsweise der Seitenaufbau, die Farben, die Typografie und die Ikonografie sowie die Bildsprache und die Bildformate.⁹⁸ Die Komponente Markup erfüllt sowohl den Zweck eines schnellen Transfers von HTML-Templates in das Content-Management-System als auch die Möglichkeit zur effizienten Entwicklung und Anpassung der Webseite. Darüber hinaus sind mit geringem Aufwand Design-Variationen möglich.⁹⁹ Inhalte dieser Komponente sind unter anderem die Aufbereitung unterschiedlicher Seitentypen sowie Angaben zu den einzelnen Modulen der Webseite.¹⁰⁰ Weiterentwicklungen von Webseiten der TU Berlin müssen sich zudem an die Barrierefreie Informationstechnologie Verordnung (BITV I) halten.¹⁰¹ Diese wurde infolge des Behindertengleichstellungsgesetzes vom 27. April 2002 erlassen.¹⁰² Auf die detaillierten Vorgaben des Online-Styleguides und der 12 Grundregeln wird in den folgenden Kapiteln an den entsprechenden Stellen eingegangen.

⁹⁷ http://www.pressestelle.tu-berlin.de/online_styleguide/design/ (nur TU-internen Zugriff), 18.10.11

⁹⁸ http://www.pressestelle.tu-berlin.de/online_styleguide/design/ (nur TU-internen Zugriff), 18.10.11

⁹⁹ http://www.pressestelle.tu-berlin.de/online_styleguide/markup/ (nur TU-interner Zugriff), 18.10.11

¹⁰⁰ http://www.pressestelle.tu-berlin.de/online_styleguide/markup/ (nur TU-interner Zugriff), 18.10.11

¹⁰¹ <http://www.pressestelle.tu-berlin.de/styleguide/> (nur TU-interner Zugriff), 17.10.11

¹⁰² <http://www.barrierefreies-webdesign.de/bitv/index.php>, Zugriff 18.10.2011

6.1.2 Content Management System Typo3

Um eine akkurate Umsetzung des universitären Corporate Designs zu gewährleisten, kommt an der TU Berlin das CMS Typo3 zum Einsatz.¹⁰³ Mit Hilfe von Typo3 können Webseiten erstellt, verwaltet und öffentlich zugänglich gemacht werden. Die markanten Vorteile eines Inhaltverwaltungssystems bestehen in einer strikten Trennung von Inhalt, Struktur und Design einer Webseite. Dieses Splitting erlaubt eine problemlose Anpassung von Inhalten und Navigationselementen einer Webseite ohne die Designvorlage anzutasten. Für die Inhaltsverwaltung sind daher keine technischen Kenntnisse erforderlich und eine einfache Handhabung der Webseite ist damit sichergestellt. Für den effizienten Einsatz des CMS hat das IT-Service-Center TU (tubIT) Berlin einen modularen Typo3-Baukasten entwickelt. Die Mitarbeiter der TU, die mit Bearbeitungsrechten im Typo3 ausgestattet sind, können auf das Redakteurshandbuch der tubIT zurückgreifen.¹⁰⁴ Darin wird der exakte Umgang mit den grundlegenden Elementen des Modulsystems erläutert. In der WiWiDok ist eine Dipl. Bibliothekarin mit dem Typo3-Zugang betraut. Zu ihrem Arbeitsbereich Öffentlichkeitsarbeit gehört auch die Inhaltsverwaltung der gesamten WiWiDok-Webseite.

Um einen Eindruck über die technischen Hintergründe zu erhalten und damit die Möglichkeiten und Grenzen der Neukonzeption filtern zu können, war zunächst die Einarbeitung in die Typo3-Grundlagen erforderlich.¹⁰⁵

Dafür schufen wir auf unseren privaten Rechnern eine Entwicklerumgebung, die die Installation des CMS ermöglichte.

¹⁰³ Typo3 ist eine Open Source Software und unter der GPL (General Public Licence) lizenziert. Nähere Informationen erhält man unter: <http://www.gnu.org/licenses/gpl.html> sowie unter: <http://typo3.org/>

¹⁰⁴ Eine komplette Überarbeitung des Typo3-Redakteurshandbuch erfolgte mit der Umstellung auf die Typo3 Version 4.4. im Juli 2010. Das Handbuch obliegt dem TU-internen Gebrauch, wurde uns aber durch die Bibliotheksleitung zur Verfügung gestellt.

¹⁰⁵ An dieser Stelle sei nochmals betont, dass die Umsetzung der Konzeption nicht Teil der Arbeit sein kann.

Über die Apache Distribution xamp¹⁰⁶ konnten wir auf den Laptops alle notwendigen Voraussetzungen schaffen und einen lokalen Webserver einrichten.¹⁰⁷ Die Einarbeitung in das System gelang uns mit Hilfe des Online-Tutorials des Webdesigners Wolfgang Wagner.¹⁰⁸

Nachfolgend werden nun die Optimierungsvorschläge für den Webauftritt präsentiert.

¹⁰⁶ <http://www.apachefriends.org/de/xampp.html>

¹⁰⁷ Typo3 benötigt neben einem Apache Webserver PHP und MySQL.

¹⁰⁸ <http://wowa-webdesign.de/typo3-kurs/>

6.2 Struktur der neuen Webseite

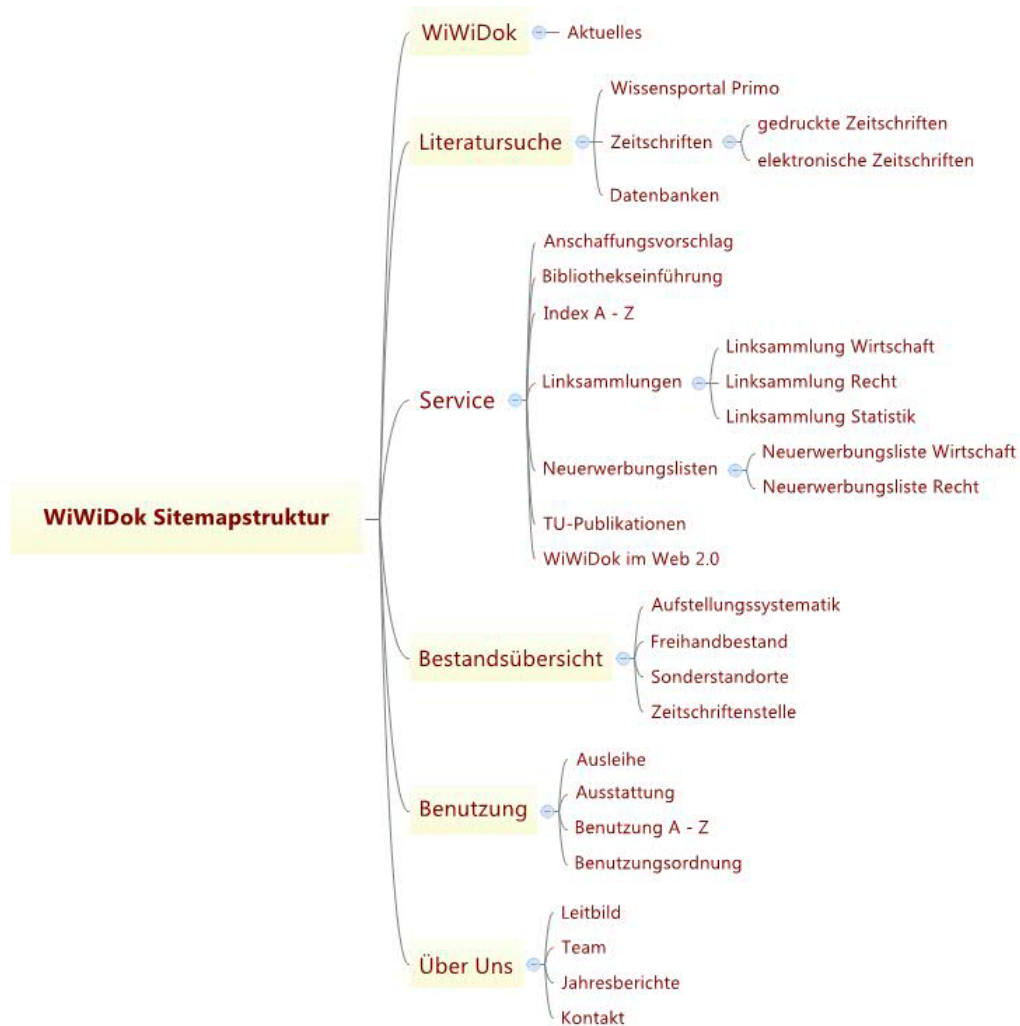


Abbildung 21: Sitemap der zukünftigen Webseite

Die Abbildung 21 zeigt das neue Strukturkonzept der Webseite. Der Aufbau untergliedert sich in drei Ebenen. Die Hauptebene wird von den ursprünglichen sieben Komponenten auf sechs reduziert. Alle Seiten werden durch eine zweite Hierarchieebene ergänzt. Die Elemente „Literatursuche“ und „Service“ werden jeweils um eine dritte Ebene erweitert. Die Komponenten der Hauptebene werden teilweise neu platziert.

Die Sortierung erfolgt nach inhaltlicher Priorität aus Nutzersicht. Demzufolge stehen die „Literatursuche“ und der „Service“ nun an zweiter und dritter Stelle. Der Menüpunkt „Über Uns“ wird an letzter Stelle platziert. Der Menüpunkt „Bestandsübersicht“ wird komplett neu eingeführt, um dem Nutzer eine schnelle und einfache Übersicht des vorhandenen Bestandes in der Bibliothek zu ermöglichen. „Benutzung“ ersetzt den alten Button „Benutzungshinweise“. Die zweite Ebene wird entsprechend der ersten Ebene angepasst. „Aktuelles“ ist nun die zweite Ebene von „WiWiDok“ und ist somit aus der ersten Ebene entfernt. Die alte Unterseite „Jobs/Praktika“ wird vollständig aus der neuen Struktur eliminiert. Von den bisher neun Menüpunkten in der „Literatursuche“ innerhalb der zweiten Ebene, werden drei Kategorien zusammengefasst.

Der Nutzer soll effizient und einfach zu seiner Information gelangen. Daher erscheint die Aufsplittung in „Primo Wissensportal“, welches in naher Zukunft den „Online-Katalog“ ersetzen wird, „Zeitschriften“ und „Datenbanken“ sinnvoll. Zur besseren Orientierung dient die Ebene drei der Kategorie Zeitschriften mit den Punkten gedruckte und elektronische Zeitschriften. Der Menüpunkt Service wird ausgeweitet auf sieben Menüpunkte. Die Punkte „Linksammlungen“ und „Neuerwerbungen“ erhalten jeweils eine dritte Ebene für die Unterteilung nach den Fachgebieten. Der Menüpunkt Bestandsübersicht beinhaltet alle Informationen bezüglich der Aufstellung, Systematik und Sonderstandorte in der Bibliothek. Diese sind in der alten Struktur teilweise unterschiedlichen Kategorien zugeordnet. Nun sind alle inhaltlich passenden Informationen jeweils unter einem übergeordneten Menüpunkt zusammengefasst.

Dies gilt ebenso für den Punkt „Benutzung“. „Über Uns“ behält alle Unterpunkte in Ebene zwei und wird um den vierten Punkt „Kontakt“ ergänzt, welcher unter anderem die Informationen aus der bisherigen Kategorie „So Finden Sie uns“ beinhaltet. Im Folgenden werden die einzelnen Elemente der neuen Struktur, sortiert nach der Ebene eins, detailliert beschrieben.

6.3 Startseite

WiWiDok
[Aktuelles](#)
[Über uns](#)
[Benutzungshinweise](#)
[Literatursuche](#)
[Service](#)
[So finden Sie uns](#)

Herzlich willkommen

... auf den Webseiten der
WiWiDok:
Fachbibliothek Wirtschaft,
Recht & Statistik



© WiWiDok

Aktuelles
Umfrage zu unserem Webauftritt -
Gutscheine zu gewinnen ...
[mehr](#)

Öffnungszeiten
Es gelten die Semester-
Öffnungszeiten ...
[mehr](#)

Zuletzt aktualisiert: 17.10.11  WiWiDok

 Seite drucken  Seite empfehlen

[Kontakt](#) [Impressum](#) [Sitemap](#) [English](#) [Index A-Z](#) [Mobil](#)

Direktzugang
Gehe zu:

WiWiDok
Fachbibliothek
Wirtschaft, Recht & Statistik
Schr. H 56
Raum H 5150 b
Straße des 17. Juni 135
10623 Berlin
030 314 - 22601
030 314 - 79235
Fax 030 314 - 23250
 E-Mail-Anfrage

Quicklinks
[Öffnungszeiten](#)
[Online-Katalog](#)
[Wissensportal primo](#)
[Anschaffungsvorschlag](#)
[Index von A- Z](#)
[Orientierungsplan](#)
[RSS-Feeds der WiWiDok](#)
[Sitemap](#)
[TU-Mailbox](#)
[Universitätsbibliothek](#)

Abbildung 22: Screenshot aktuelle Startseite

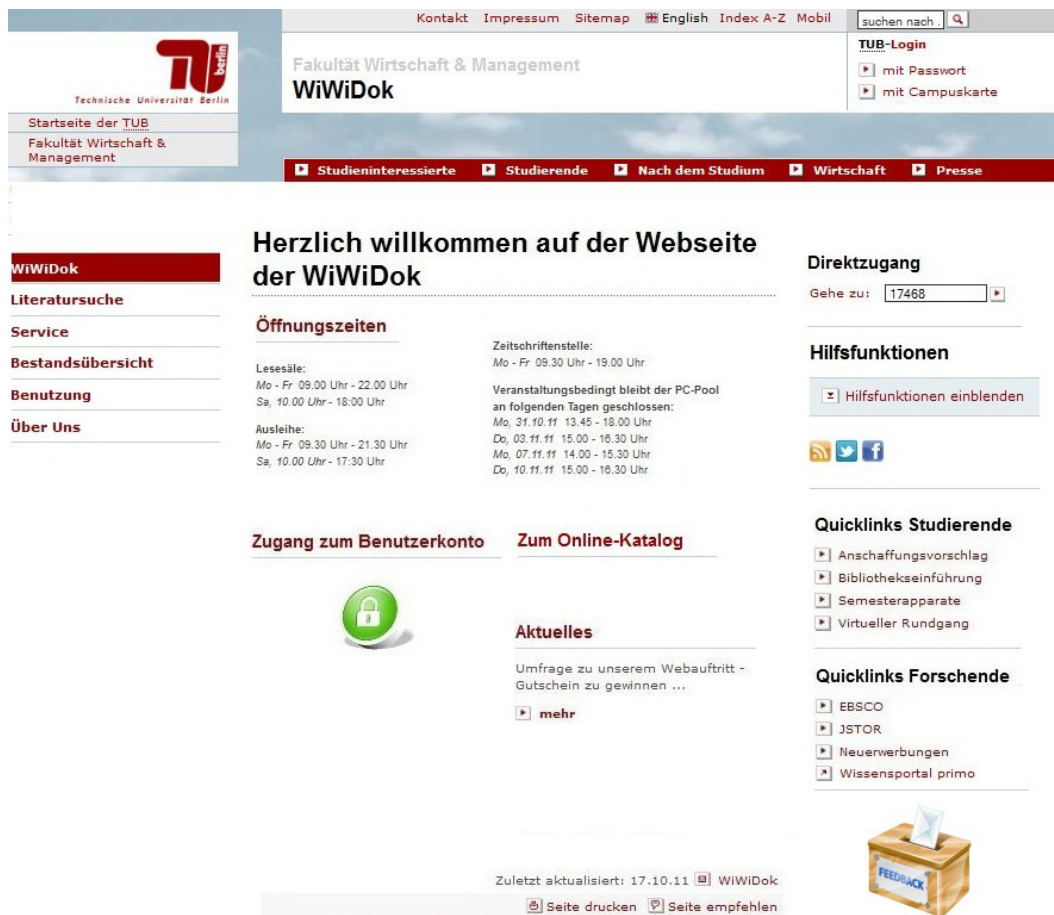


Abbildung 23: Screenshot zukünftige Startseite

6.3.1 Struktur und Navigation

Die Startseite korrespondiert mit der Bezeichnung „WiWiDok“ in der Sitemap. Sie ist ausnahmslos über die lokale Navigation zu erreichen. Die Unterebene „Aktuelles“ kann sowohl über die Subnavigation als auch über eine Verlinkung von der Startseite aus angestrebt werden. Weiterhin findet ein Button Verwendung, der mit Hilfe eine Verlinkung direkt zum Login des Benutzerkontos führt. Ebenso werden Icons eingesetzt, die zu weiteren Serviceangeboten führen. Das Icon Feedback ist verlinkt mit dem Unterpunkt „Team“ in „Über Uns“. Somit kann der

Nutzer auf einem Blick sehen, an welchen zuständigen Mitarbeiter er sich wenden muss. Die drei Icons aus dem Bereich Web 2.0 leiten jeweils zu den angebotenen Services weiter: Facebook-Profil, Twitter-Seite und RSS-Feed-Abo. Folgende Abbildung zeigt den direkten Vergleich der aktuellen mit der zukünftigen Navigation.

WiWiDok	WiWiDok
Aktuelles	Literatursuche
Über uns	Service
Benutzungshinweise	Bestandsübersicht
Literatursuche	Benutzung
Service	Über Uns
So finden Sie uns	

Abbildung 24: Gegenüberstellung aktuelle und zukünftige Navigation

Um einen effektiven Einsatz der Quicklinks zu gewährleisten, findet eine nutzerspezifische Aufsplittung in „Studierende“ und „Forschende“ statt. Dadurch wird den zwei Hauptnutzergruppen der Bibliothek ein jeweils auf ihre Bedürfnisse angepasstes Angebot offeriert. So steht bei den Studierenden vorrangig die Orientierung innerhalb der Bibliothek im Fokus. Bei den Forschenden ist dieser im Bereich der Literaturrecherche in einschlägigen wissenschaftlichen Datenbanken verortet. Bei der Überprüfung der Quicklinks zeigten sich zahlreiche Redundanzen (Vgl. Kapitel 4.2). Um die Benutzerführung zu vereinfachen werden die Quicklinks komplett neu zusammengestellt. So findet lediglich der „Anschaffungsvorschlag“ bei den zukünftigen Quicklinks Berücksichtigung.

Darüber hinaus wird eine Reduzierung der Quicklinks im Allgemeinen, sowie ein alphabetische Anordnung dieser für eine Verbesserung der Lesbarkeit, empfohlen.

Die Quicklinks tragen damit neben einem effizienten Zugang zu spezifischen Angeboten nun auch zu einer funktionalen Qualitätsverbesserung bei.

Quicklinks

- ▶ Öffnungszeiten
- ▶ Online-Katalog
- ▶ Wissensportal primo
- ▶ Anschaffungsvorschlag
- ▶ Index von A- Z
- ▶ Orientierungsplan
- ▶ RSS-Feeds der WiWiDok
- ▶ Sitemap
- ▶ TU-Mailbox
- ▶ Universitätsbibliothek

Quicklinks Studierende

- ▶ Anschaffungsvorschlag
- ▶ Bibliothekseinführung
- ▶ Semesterapparate
- ▶ Virtueller Rundgang

Quicklinks Forschende

- ▶ EBSCO
- ▶ JSTOR
- ▶ Neuerwerbungen
- ▶ Wissensportal Primo

Abbildung 25: Gegenüberstellung aktuelle und zukünftige Quicklinks

6.3.2 Inhalt und Gestaltung

Folgende Inhaltsbeschreibungen beziehen sich auf den Contentblock der Startseite.

Herzlich willkommen

... auf den Webseiten der
WiWiDok:
Fachbibliothek Wirtschaft,
Recht & Statistik



© WiWiDok



Aktuelles

Umfrage zu unserem Webauftritt -
Gutschein zu gewinnen ...

 [mehr](#)

Öffnungszeiten

Es gelten die Semester-
Öffnungszeiten ...

 [mehr](#)

Zuletzt aktualisiert: 17.10.11  WiWiDok

 [Seite drucken](#)  [Seite empfehlen](#)

[Kontakt](#) [Impressum](#) [Sitemap](#)  [English](#) [Index A-Z](#) [Mobil](#)

Abbildung 26: Contentblock aktuelle Startseite

Herzlich willkommen auf der Webseite der WiWiDok

Öffnungszeiten

Lesesäle:

Mo - Fr 09.00 Uhr - 22.00 Uhr
Sa, 10.00 Uhr - 18.00 Uhr

Ausleihe:

Mo - Fr 09.30 Uhr - 21.30 Uhr
Sa, 10.00 Uhr - 17.30 Uhr

Zeitschriftenstelle:

Mo - Fr 09.30 Uhr - 19.00 Uhr

Veranstaltungsbedingt bleibt der PC-Pool
an folgenden Tagen geschlossen:

Mo, 31.10.11 13.45 - 18.00 Uhr
Do, 03.11.11 15.00 - 18.30 Uhr
Mo, 07.11.11 14.00 - 15.30 Uhr
Do, 10.11.11 15.00 - 16.30 Uhr

Zugang zum Benutzerkonto





Zum Online-Katalog

Aktuelles

Umfrage zu unserem Webauftritt -
Gutschein zu gewinnen ...

[mehr](#)

Zuletzt aktualisiert: 17.10.11  WiWiDok

 Seite drucken

 Seite empfehlen

Abbildung 27: Contentblock zukünftige Startseite

Zu Gunsten der Lesbarkeit wird empfohlen, den vorhandenen Textbruch zu Beginn der Startseite zu beseitigen und diesen in der Überschrift des Contentblocks zu integrieren. Auf dem aktuellen Webauftritt befindet sich auf der rechten Seite ein dekoratives Bild, welches keine eigenen Informationen vermittelt. Es zeigt

lediglich einen Ausschnitt der Bibliothek. Auf Grundlage der von Beaird vorgeschlagenen Kriterien (Vgl. Kapitel 4.4), wird die Entfernung des Bildes von der Webseite empfohlen. Von den beiden Teasern der Startseite „Aktuelles“ und „Öffnungszeiten“ wird letzterer aufgelöst und als neues Inhaltselement sichtbar eingebettet. „Aktuelles“ wird an die ehemalige Stelle des Teasers „Öffnungszeiten“ platziert. Aus technischer Sicht ist diese Realisierung mit geringem Aufwand umzusetzen, da im Typo3 Backend bereits die Contentbereiche vordefiniert sind.

Der Direktzugang zum Benutzerkonto wird in Form einer Verlinkung, welche durch einen Button grafisch präsentiert wird, ermöglicht. Weiterhin kann der Nutzer mit einem Klick zum „Online-Katalog“ gelangen, da diese Textüberschrift als Link fungiert. Um die Barrierefreiheit nach den Vorgaben des Corporate Designs der TU Berlin zu erfüllen, werden die „Hilfsfunktionen“ eingeführt.

Auf dem aktuellen Webauftritt fehlen diese gänzlich. Um eine Inklusion benachteiligter Benutzer zu gewährleisten, ist die Einhaltung der Usability und Accessibility Richtlinien elementar (Vgl. Kapitel 4). Die Hilfsfunktionen können eine Schrift- und Layoutvergrößerung ermöglichen.



Abbildung 28: Hilfsfunktionen zukünftige Startseite

6.4 Literatursuche

6.4.1 Struktur und Navigation

Die zweite Ebene „Literatursuche“ wird von den ursprünglichen neun Menüpunkten auf insgesamt drei Punkte reduziert: „Wissensportal Primo“, „Zeitschriften“ und „Datenbanken“. Von der alten Navigation werden die Kategorien „Zeitschriften“, „Elektronische Zeitschriften“ sowie „Datenbanken“ übernommen. Die Menüpunkte „Diskussionspapiere“ und „Linksammlungen“ werden in der Hauptnavigation in den Bereich „Service“, die „Semesterapparate“ in den Bereich „Bestandsübersicht“ sowie die „Aufsatzdokumentation“ in den Bereich „Zeitschriften“ verortet.

Die neue dreigliedrige Aufteilung ermöglicht einen schnellen Überblick über die von der Bibliothek angebotenen Recherchemöglichkeiten. Über das „Wissensportal Primo“ ist einerseits die Literatur im traditionellen Online-Katalog der TU und andererseits eine Recherche in elektronischen Ressourcen weltweit möglich. Resultierend aus den Ergebnissen der Datenerhebung in Kapitel 5 zeigt sich, dass sowohl für Studierende als auch für Forschende die Recherche in Zeitschriften beziehungsweise Zeitschriftenaufsätzen von besonderem Interesse ist. Daher erscheint es sinnvoll, die Zeitschriftensuche neu zu organisieren. Durch die dritte Hierarchieebene wird eine explizite Recherche nach gedruckten und elektronischen Zeitschriften vorgeschlagen. Diese Simplifizierung soll dem Nutzer effiziente Suchoptionen bieten und zugleich den minimalistischen Charakter der neuen Sitemapstruktur hervorheben. Der Menüpunkt „Datenbanken“ bleibt erhalten. Die nachfolgende Abbildung soll zur Veranschaulichung der neuen Struktur der Navigation „Literatursuche“ dienen.



Abbildung 29: Gegenüberstellung aktuelle und zukünftige Navigation „Literatursuche“

6.4.2 Inhalt und Gestaltung

Suche nach Literatur



© WiWiDok



- [Wissensportal primo](#): Suche nach in der TU vorhandenen Büchern, Zeitschriften, elektronischen Ressourcen und zusätzlich nach Volltexten (Artikeln, E-Books).
- [Online-Katalog](#): hier sind Monographien und Zeitschriftentitel der TU zu finden.
- [Zeitschriftendatenbank ZDB](#): Suche nach Zeitschriftentiteln (keine Aufsätze). Die in der WiWiDok vorhandenen Zeitschriften haben das Sigel 83/1001.
- [Elektronische Zeitschriftenbibliothek EZB](#): Elektronische Zeitschriften im Volltext
- [Aufsatzdokumentation](#): Aufsätze / Artikel aus Fachzeitschriften (ab 1991) und Sammelwerken (ab 2001) der WiWiDok wurden bis Juli 2008 erfasst und sind kostenlos recherchierbar.
- [Online-Datenbanken](#): von der TU abonniert.
- [OPUS](#): digitale Dissertationen an der TU Berlin
- [E-Books](#): werden auf der Website der UB angeboten.
- [KOBV-Portal](#) (Kooperativer Bibliotheksverbund Berlin-Brandenburg): Literatur aus der Region Berlin-Brandenburg

Zettelkataloge:

- Wirtschaft: vor dem Übergang in den Lesesaal Recht; alphabetischer Katalog (Bücher vor 1990); sowie aktueller Katalog der Zeitschriftentitel
- Recht: im Lesesaal Recht; alphabetischer Katalog (Bücher bis Erwerbsjahr 1993 und aktuelle Zeitschriftenachweise)
- Statistik: im Freihandbereich Statistik; alphabetischer und systematischer Katalog (Bücher und Zeitschriften)



© WiWiDok



Zuletzt aktualisiert: 26.10.11  WiWiDok



 Seite drucken  Seite empfehlen

Abbildung 30: aktueller Contentbereich „Literatursuche“

Literatursuche

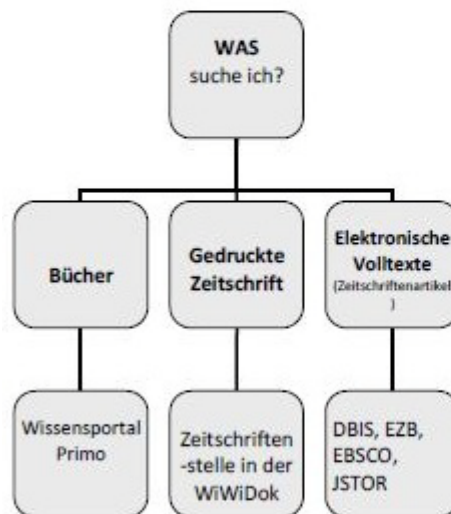
FINDEN UND
SUCHEN

© WiWiDok



Wegweiser bei der Literatursuche (vereinfachte Darstellung)

Bücher Zeitschriften Zeitschriftenartikel elektronische Volltexte



Zuletzt aktualisiert: 26.10.11 © WiWiDok

Seite drucken Seite empfehlen

Abbildung 31: zukünftiger Contentbereich „Literatursuche“

Die Bezeichnung des Menüpunkts „Literatursuche“ wird im aktuellen Webaufttritt mit „Suche nach Literatur“ benannt. Eine einheitliche Benennungspraxis zwischen den Navigationselementen und den dazugehörigen Contentbereichen ist dringend

zu empfehlen. Dies ermöglicht dem Nutzer eine bessere Orientierung.¹⁰⁹ Das dekorative Bildelement der aktuellen Webseite wird durch ein informatives Bild ersetzt, welches aus den Textinhalten „Suchen und Finden“ besteht. Dies ist Bestandteil einer Konzeptidee für die grafische Repräsentation der Hauptmenüpunkte. So soll jede übergeordnete Kategorie durch ein informatives Bild mit Textinhalt ergänzt werden. Die Inhalte sollen in prägnanter Art und Weise die wesentlichen Kernpunkte der jeweiligen Navigationselemente aufzeigen.

Durch eine stringente Verwendung eines Gestaltungskonzepts soll ein Wiedererkennungswert hergestellt werden, welches der Bibliothek innerhalb der TU Berlin ein Alleinstellungsmerkmal verschafft. Der komplette Textblock, welcher aus internen Verlinkungen, wie zum Beispiel zum Online-Katalog der TU, als auch aus externen Verlinkungen, wie zum Beispiel zur Zeitschriftendatenbank besteht, wird in der zukünftigen Seite durch ein grafisches Element ersetzt. Die einzelnen Verlinkungen werden inhaltlich neu zugeordnet und in den jeweils adäquaten Bereich eingruppiert. Beispielsweise findet sich der Link „Online-Datenbanken“ im neuen Bereich „Datenbanken“ wider. Für eine Groborientierung soll der entwickelte Wegweiser zur Literatursuche dienen. Elementare Fragen zur Vorgehensweise und zu den diversen Publikationsarten sollen dadurch beantwortet werden. Dies kann insbesondere für Studierende als Hilfsfunktion interpretiert werden.

Es wird empfohlen den Contentbereich des „Wissensportals Primos“ mit folgenden Inhalten zu füllen: einleitender Teil zu wesentlichen Merkmalen des Wissensportals, Besonderheiten bei der Nutzung des Portals sowie der internen Verlinkung zum Interface über die UB der TU Berlin. Bei dem Menüpunkt „Zeitschriften“ hat der Nutzer die Option zwischen „gedruckte Zeitschriften“ und „elektronische Zeitschriften“ zu wählen.

¹⁰⁹ Vgl. Fischer, M. (2006): Website Boosting : Suchmaschinen-Optimierung, Usability, Webseiten-Marketing, Heidelberg: mitp.

Der Zugang kann hierbei entweder über die dritte Ebene der Hauptnavigation oder über zwei im Contentbereich platzierte Teaser erfolgen.

Zu dem kann an dieser Stelle ein prägnanter Textblock mit einführenden Informationen bezüglich der Inhalte der nachfolgenden Unterkategorien erfolgen. Der Inhaltsbereich „gedruckte Zeitschriften“ bündelt alle grundlegenden Informationen, welche die Recherche nach Printzeitschriften und Journalen der drei Fachbereiche betreffen. Hier können auch Verlinkungen, beispielsweise zur Zeitschriftendatenbank oder die Aufsatzdokumentation, verortet werden. Bei den „Elektronischen Zeitschriften“ sollten tatsächlich auch nur diejenigen Verlinkungen Berücksichtigung finden, die inhaltlich adäquat sind, wie beispielsweise zur Elektronischen Zeitschriftenbibliothek, EBSCO und JSTOR.

Die Kategorie „Datenbanken“ kann Hinweise auf lokal zugängliche Datenbanken enthalten. Ebenso können hier die Verlinkungen zu externen Ressourcen platziert werden, die über die DFG-Nationallizenzen freigegeben sind, sowie zum Datenbank-Informationssystem (DBIS), welches über die TU verfügbar ist.

6.5 Service

Service

Haben Sie Fragen, Wünsche oder Anregungen zu unseren Angeboten und Webseiten? Dann füllen Sie das unten stehende Formular aus.



© WiWiDok



Schreiben Sie uns!

 [E-Mail-Anfrage](#)

Zuletzt aktualisiert: 17.03.11  WiWiDok

 Seite drucken  Seite empfehlen

[Kontakt](#) [Impressum](#) [Sitemap](#) [English](#) [Index A-Z](#) [Mobil](#)

Abbildung 32: Contentbereich „Service“ aktuell

Service

Auf den folgenden Seiten finden Sie Informationen zu:

- Anschaffungsvorschlag
- Bibliothekseinführung
- Index A - Z
- Linksammlungen
- Neuerwerbungslisten
- TU-Publikationen
- WiWiDok im Web 2.0




© WiWiDok



Downloads

-  [Allgemeine Informationen \(PDF, 532,2 KB\)](#)
-  [Aufstellungssystematik \(PDF, 117, 8 KB\)](#)
-  [Druckanleitung \(PDF, 187,0 KB\)](#)
-  [Orientierungsplan \(PDF, 359,2 KB\)](#)
-  [Regalnummern Wirtschaft \(PDF, 269,1 KB\),](#)
-  [Regalnummern Recht \(PDF, 225,8 KB\),](#)

Zuletzt aktualisiert: 09.03.11  WiWiDok

 Seite drucken  Seite empfehlen

[Kontakt](#) [Impressum](#) [Sitemap](#)  [English](#) [Index A-Z](#) [Mobil](#)

Abbildung 33: Contentbereich „Service“ zukünftig

6.5.1 Struktur und Navigation

In Anlehnung an das Bibliotheksleitbild, in dem der Servicegedanke eine herausragende Rolle spielt, ist der Menüpunkt „Service“ von signifikanter Bedeutung. Daher wird dieser in der zweiten Ebene von sechs auf sieben Unterkategorien erweitert. Zusätzlich wird eine dritte Ebene in den Bereichen „Linksammlungen“ und „Neuerwerbungslisten“ eingeführt, um eine verbesserte inhaltliche Kategorisierung der fachspezifischen Serviceangebote zu erreichen. Kohärent zur aktuellen Navigation werden die Menüpunkte „Anschaffungsvorschlag“ und „Bibliothekseinführung“ übernommen, da diese als wichtige Dienstleistungen der Bibliothek angesehen werden (Vgl. Kapitel 5).

Die Nachfrage nach dem Angebot „Anschaffungsvorschlag“, welches im Wesentlichen aus einem Formular zur Erwerbsabteilung zu der Bibliothek besteht, wurde durch die in Kapitel 5 dargelegten Erhebungen eruiert. Insbesondere für Studienanfänger ist das Angebot der Bibliothekseinführung von hoher Relevanz (Vgl. Fragebogen). Resultierend daraus erscheinen beide Serviceangebote an der exponierten Position der Quicklinks. Die „RSS-Feeds“ werden in den neuen Menüpunkt „WiWiDok im Web 2.0“ integriert. Darüber hinaus steht dem Benutzer der Zugang zu den Web 2.0 Angeboten über die Button-Verlinkungen auf der rechten Randspalte zur Verfügung. Eine detaillierte Beschreibung der Web 2.0. Angebote erfolgt in Kapitel 6.9 „Additive Features“. Nahezu alle Informationen, die die Ausstattung der Bibliothek betreffen, wie zum Beispiel die Hinweise zu den „PCs“, „Drucken“, sowie „Informationsbroschüren“, die in der aktuellen Servicenavigation als einzelne Menüpunkte fungieren, werden in der zukünftigen Struktur unter anderen Kategorien platziert. Eine explizite Aufschlüsselung der Neuordnung erfolgt im Menüpunkt „Benutzung“.

Auf dem aktuellen Webauftritt ist der „Index A-Z“ ausschließlich über die Quicklinks zu erreichen. Der Index ermöglicht eine alphabetische, themenübergreifende Suche innerhalb der WiWiDok-Webseite und bietet eine zusätzliche Rechercheoption für den Benutzer. In Folge dessen wird die

Indexsuche in der zukünftigen Navigation „Service“ als eigene Kategorie offeriert. Die TU-Publikationen sollen zukünftig über einen eigenen Menüpunkt aufrufbar sein.

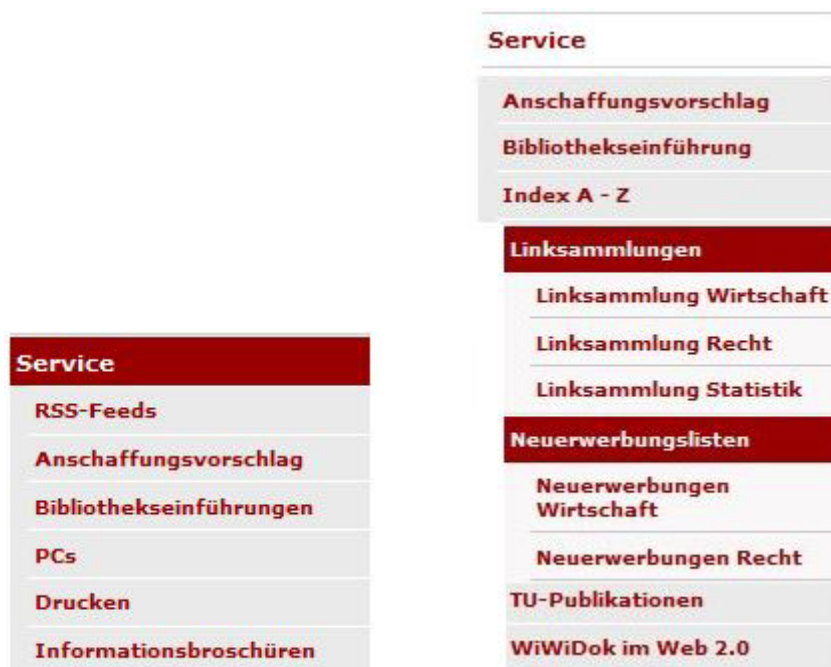


Abbildung 34: Gegenüberstellung aktuelle und zukünftige Navigation „Service“

6.5.2 Inhalt und Gestaltung

Der aktuelle Contentbereich „Service“ spricht den Benutzer direkt an und bietet die Möglichkeit zum Feedback. Eine Auffälligkeit zeigt sich hier in der Verwendung des Bildes, da dies inhaltlich nicht mit dem Text korrespondiert. Das an dieser Stelle eingesetzte Bild zeigt einen Teilausschnitt der Vorderseite eines Zettelkatalogs. Sinnvoll wäre auch hier die Verwendung des neuen Gestaltungskonzepts, welches durch ein Bild mit adäquatem Text „Wir sind für Sie da“ (Vgl. Abb. 33) ersetzt wird. Des Weiteren ist vorgesehen, an dieser Stelle einen Downloadbereich einzurichten, in dem wichtige Übersichten als PDF-Dokumente heruntergeladen werden können (Vgl. Abb. 33).

Weiterhin wird ein kurzer Textblock eingeführt, welcher den Benutzer zum Beispiel stichpunktartig über die Hauptinhalte des Menüpunkts „Service“ informiert. Auch hier gilt es den Styleguide der TU zu berücksichtigen, denn dieser empfiehlt bei Listen und Aufzählungen eine Obergrenze von maximal sieben Punkten.¹¹⁰ Ebenso sollten die Kontextverlinkungen im Allgemeinen überprüft und dementsprechend angepasst werden (Vgl. Kapitel 4.2.1).

Der Contentbereich des Punktes „Anschaffungsvorschlag“ beinhaltet auf dem aktuellen Webauftritt bereits die für den Nutzer wesentlichen Informationen, wie zum Beispiel Kontaktaufnahme per E-Mail oder Angaben zum Buchwunsch. Daher wird dieser Menüpunkt unverändert übernommen. Der Menüpunkt „Bibliothekseinführungen“ ist durch einen massiven Textanteil charakterisiert. Die wesentlichen Informationen müssen hier prägnanter hervorgehoben werden. Dies kann durch die Reduktion auf die Kernaussagen erfolgen, wie bereits im „Flyer_09_2011.pdf“ realisiert.¹¹¹ Dieser beinhaltet Informationen zur Veranstaltung in komprimierter Form. Um die Lesbarkeit zu optimieren muss auf eine homogene Verwendung von Kursiv- und Fettdruck geachtet werden (Vgl. Kapitel 4.3.1). Die alphabetische Liste „Index A – Z“ beinhaltet Verlinkungen zu allen Inhalten der WiWiDok-Webseite.

Auch an dieser Stelle wird auf eine einheitliche Benennungspraxis verwiesen. Das Ziel der Indexsuche soll eine ergebnisorientierte Benutzerführung sein, so dass der Suchende idealerweise durch einen Klick die gewünschte Information erhält. An mindestens einem Beispiel zeigt sich diesbezüglich eine Abweichung. So wird der Benutzer beispielsweise bei der Recherche nach CD-ROMs über den Index C „CD-ROMS, ausleihbare“¹¹² zur Übersicht der „Benutzung A – Z“ geführt.

¹¹⁰ Vgl. Styleguide TU Berlin

¹¹¹ http://www.wm.tu-berlin.de/fileadmin/f8/wiwidok/Flyer_09_2011.pdf

¹¹² Vgl. <http://www.wm.tu-ber->

Dort erscheint eine Linktabelle, welche unter anderem den Link „CD-ROMs“¹¹³ enthält. Der Benutzer muss hier erneut die gesuchte Information aktiv filtern und gelangt erst durch einen weiteren Klick zum Ergebnis. Das vorliegende Beispiel zeigt einerseits die heterogene Benennung auf und andererseits ein enormes Verbesserungspotenzial der Nutzerführung innerhalb der Webseitensuche.

Der Menüpunkt „Linksammlungen“ ist im aktuellen Webauftritt in der „Literatursuche“ angegliedert. Die „Linksammlungen“ zeichnen sich im Allgemeinen aus durch externe Verlinkungen zu Rechercheportalen, wie beispielsweise ipl2, aber auch zu externen Datenbanken wie JURIS. Beim zukünftigen Webauftritt sollte eine Vorabüberprüfung der Auflistung stattfinden, um die Benutzer noch zielführender zu informieren. Dies ist zwingend notwendig, da die Linksammlungen ein wesentliches Merkmal des Serviceangebots darstellen, sich dieses jedoch bisher kaum in der Nutzung widerspiegelt (Vgl. Ergebnisse Fragebogen). Ein eigener Menüpunkt „Linksammlungen“ führt zu einer höheren Sichtbarkeit des Serviceangebots und kann demzufolge auch die Benutzung erhöhen.

Die Neuerwerbungslisten werden als eigenständiger Menüpunkt eingeführt. Die Aufsplittung in Ebene 3 erfolgt ebenso fachspezifisch wie bei der „Linksammlung“. Jedoch erfolgt die Kategorisierung lediglich in Wirtschaft und Recht. Auf Grund eines geringen Bestandszuwachses im Bereich Statistik werden die Neuerwerbungen mit denen des Fachbereichs Wirtschaft zusammengefasst. Die Neuerwerbungslisten werden gegenwärtig lediglich über RSS-Feeds angeboten.¹¹⁴

lin.de/menue/einrichtungen/bibliotheken/wiwidok/benutzungshinweise/index_a_bis_z/?lettre=C&cHash=46834de29a

¹¹³ Vgl. http://www.wm.tu-berlin.de/menue/einrichtungen/bibliotheken/wiwidok/benutzungshinweise/benutzung_von_a_bis_z/

¹¹⁴ Vgl. <http://www.wm.tu-berlin.de/menue/einrichtungen/bibliotheken/wiwidok/service/rss-feeds/>

Der neue Menüpunkt „TU-Publikationen“ wird eingeführt, um die Sichtbarkeit der Veröffentlichungen der Technischen Universität herzustellen.

Beispielsweise verfügt die TU über das Digitale Repositorium OPUS¹¹⁵, welches Dissertationen und Forschungsergebnisse enthält. Bisher existiert lediglich eine Kontextverlinkung, die vom Contentbereich „Literatursuche“¹¹⁶ zum OPUS führt.

Die Position der „Diskussionspapiere“ wird von der „Literatursuche“ in den Menüpunkt „TU-Publikationen“ übergeführt, da diese von Angehörigen der Fakultät VII Wirtschaft und Management in dem Zeitraum von 1970 bis 2009 publiziert wurden. Der Menüpunkt „WiWiDok im Web 2.0“ soll die Benutzer über die Präsenz der Bibliothek im Web 2.0 informieren. Eine detaillierte Beschreibung und Begründung erfolgt im Kapitel 6.9 Additive Features.

6.6 Bestandsübersicht

¹¹⁵ <http://opus.kobv.de/tuberlin/>




¹¹⁶ <http://www.wm.tu-berlin.de/menue/einrichtungen/bibliotheken/wiwidok/literatursuche/>

Bestandsübersicht




Regalstandorte und Orientierungsplan


In den Teilbeständen Wirtschaft und Recht sind die Regale mit Nummern versehen. In den Listen finden Sie eine Zuordnung der Signaturen zu den jeweiligen Regalnummern. Desweiteren steht Ihnen hier der Orientierungsplan zur Verfügung:

-  [Regalnummern \(PDF, 269,1 KB\)](#) Wirtschaft
-  [Regalnummern \(PDF, 225,8 KB\)](#) Recht
-  [Orientierungsplan \(PDF, 359,2 KB\)](#)

Virtueller Rundgang

Der Virtuelle Rundgang soll Ihnen den Einstieg in die Bibliotheksbenutzung erleichtern:

-  [Virtueller Rundgang \(PDF, 345,3 KB\)](#)

Zuletzt aktualisiert: 09.03.11  WiWiDok

 Seite drucken  Seite empfehlen


[Kontakt](#) [Impressum](#) [Sitemap](#)  [English](#) [Index A-Z](#) [Mobil](#)

Abbildung 35: Contentbereich „Bestandsübersicht“ zukünftig

6.6.1 Struktur und Navigation

Um dem Benutzer eine bessere Orientierung sowohl über den Bestand als auch in den Räumlichkeiten der Bibliothek zu verschaffen, wird die neue Komponente „Bestandsübersicht“ kreiert. Dieser besteht aus den vier Unterseiten „Aufstellungssystematik“, „Freihandbestand“, „Sonderstandorte“ und „Zeitschriftenstelle“. Im aktuellen Webauftritt finden sich die „Aufstellungssystematik“ und die „Sonderstandorte“ im Bereich „Benutzungshinweise“ wider und die Informationen zur „Zeitschriftenstelle“ im Bereich „Literatursuche“. Um alle Kernbereiche der Bibliothek bezüglich des Bestandes einzubeziehen, erscheint an dieser Stelle das neue Element „Freihandbestand“ konsequent.



Abbildung 36: zukünftige Navigation „Bestandsübersicht“

6.6.2 Inhalt und Gestaltung

Als besonderes Merkmal des Contentbereichs „Bestandsübersicht“ soll das Bild mit dem Inhalt „Orientierung“ fungieren. Die Stringenz der Neukonzeptionierung zeigt sich auch in diesem Contentbereich. Ebenso wie in den übergeordneten Punkten „Literatursuche“ und „Service“, wird folgende Einteilung vorgeschlagen: einleitender Teil zu den markanten inhaltlichen Charakteristika sowie Detailaufsplittung zu den einzelnen Navigationselementen.

Der „Orientierungsplan“ der Bibliothek, der „Virtuelle Rundgang“ sowie die Hinweise zu den Regalstandorten werden an dieser Stelle ebenfalls positioniert. Der „Virtuelle Rundgang“ wird als additives Feature eingeführt (Vgl. Kapitel 6.9). Der Informationstext zur „Aufstellungssystematik“ kennzeichnet sich durch eine bibliotheksspezifische Terminologie, wie zum Beispiel „alphabetische Schlag-

wortliste“. Diese wird unkommentiert als PDF-Datei zum Download angeboten. Aus Benutzerperspektive ist diese Informationsaufbereitung zu hinterfragen. Die zusätzliche Komponente „Freihandbestand“ informiert über alle im Freihandbereich der Bibliothek zugänglichen Bestände. Demzufolge wird auf die „Semestereapparate“ an dieser Stelle verwiesen. Auch alle Informationen bezüglich der vorhandenen Zettelkataloge sollten dringend einer Überprüfung unterzogen werden. Auf der aktuellen Webseite ist dazu Folgendes zu lesen:

„Zettelkataloge:


- Wirtschaft: vor dem Übergang in den Lesesaal Recht; alphabetischer Katalog (Bücher vor 1990); sowie aktueller Katalog der Zeitschriftentitel*
- Recht: im Lesesaal Recht; alphabetischer Katalog (Bücher bis Erwerbsjahr 1993 und aktuelle Zeitschriftennachweise)*
- Statistik: im Freihandbereich Statistik; alphabetischer und systematischer Katalog (Bücher und Zeitschriften)“*

Die Angaben zu den einzelnen Standorten können dem Orientierungsplan entnommen werden. Insofern wird ein Verweis auf diesen empfohlen an Stelle des ausführlichen Textes, um die von Gutheim vorgeschlagenen Kriterien zur Präsentation von Inhalten zu transportieren (Vgl. Kapitel 4.3). Die Sonderstandorte sind aktuell über die „Benutzungshinweise“ zu erreichen (Vgl. Abb. Navigation).

Zu den Sonderstandorten gehören alle Lehrstühle der Fakultät, welche im Contentbereich tabellarisch aufgelistet sind. Es handelt sich hierbei um Dauerleihgaben der Bibliothek an die jeweiligen Professoren. Diese sind im OPAC recherchierbar und der Nutzer hat die Möglichkeit die Bücher vor Ort einzusehen. Zu empfehlen ist an dieser Stelle die HTML-Variante „Liste Sonderstandorte“ durch ein druckfertiges PDF-Dokument zu ersetzen. Auf den geschlossenen Magazinbereich inklusive der RARA-Bestände der Bibliothek sollte ebenfalls verwiesen werden. Die vierte Komponente „Zeitschriftenstelle“ informiert sowohl über den abgeschlossenen als auch laufenden Zeitschriftenbestand der Bibliothek.

6.7 Benutzung

Benutzungshinweise

Der Literaturbestand der Fachbibliothek setzt sich aus den drei Teilbeständen Wirtschaft, Recht und Statistik zusammen. Diese sind ihrer jeweiligen Systematik und den daraus folgenden Signaturen entsprechend aufgestellt. Die genaue Aufstellung der Bestände nach den Signaturengruppen geordnet können Sie dem  [Orientierungsplan \(PDF, 359,2 KB\)](#) entnehmen.

Im Eingangsbereich der Bibliothek befindet sich ein Münzkopierer.



© WiWiDok



Zuletzt aktualisiert: 17.03.11  WiWiDok

 Seite drucken  Seite empfehlen

[Kontakt](#) [Impressum](#) [Sitemap](#)  [English](#) [Index A-Z](#) [Mobil](#)

Abbildung 37: Contentbereich „Benutzung“ aktuell

Benutzung


GEREGELT ALLES **AUF EINENBLICK**

© WiWiDok



Auf den folgenden Seiten finden Sie Informationen zu:

- Ausleihe
- Ausstattung
- Benutzung A - Z
- Benutzungsordnung

Zuletzt aktualisiert: 09.03.11  WiWiDok

 Seite drucken  Seite empfehlen

[Kontakt](#) [Impressum](#) [Sitemap](#)  [English](#) [Index A-Z](#) [Mobil](#)

Abbildung 38: Contentbereich „Benutzung“ zukünftig

6.7.1 Struktur und Navigation

Von der ursprünglichen fünfgliedrigen Kategorisierung wird lediglich das Element „Benutzung A – Z“ übernommen. Die zukünftige Navigation „Benutzung“ besteht aus den vier Menüelementen: „Ausleihe“, „Ausstattung“, „Benutzung A – Z“ und „Benutzungsordnung“. Die benutzerzentrierte Ausrichtung zeigt sich durch die Generierung der neuen Menüpunkte. Da die „Öffnungszeiten“ im Contentbereich der Startseite eingebunden sind, entfällt dieser Punkt vollständig. Die Zuordnung der Menüpunkte „Aufstellungssystematik“, „Sonderstandorte“ und „Aufstellung der Bestände“ wurden inhaltlich bereits im vorherigen Kapitel beschrieben.

Benutzungshinweise	Benutzung
Öffnungszeiten	Ausleihe
Benutzung von A bis Z	Ausstattung
Aufstellungssystematik	Benutzung A - Z
Sonderstandorte	Benutzungsordnung
Aufstellung der Bestände	

Abbildung 39: Gegenüberstellung aktuelle und zukünftige Navigation „Benutzung“

6.7.2 Inhalt und Gestaltung

Der Contentbereich „Benutzung“ soll auch hier wieder durch ein Bild mit dem Inhalt „Alles geregelt auf einen Blick“ besonders hervorgehoben werden. Für die Einhaltung der konsistenten Struktur wird wiederum ein einleitender Teil mit allgemeinen Informationen sowie einen Ausblick auf die Inhalte der folgenden Unterseiten empfohlen. Die „Ausleihe“ beinhaltet sowohl Angaben über die Ausleihfristen sowie über Vormerkungen und Verlängerungen. Der Fokus des Menüpunkts „Ausstattung“ liegt auf der Bündelung folgender Punkte: Arbeitsplätze inklusive der Hinweise zu den ThinClients, Recherche-PCs und Gruppenarbeitsräumen, Drucken und Kopieren, PC-Pool und W-LAN. Die tabellarische Darstellung des Contentbereichs „Benutzung A – Z“ besteht auf dem künftigen

Webauftritt aus neun Elementen, welche direkt mit der Information innerhalb der „Benutzung“ verlinkt sind. Diese sind: Ausleihfristen, Arbeitsplätze, Drucken, Gebührenordnung, PC-Pool, Rahmenbenutzungsordnung, Verlängerungen, Vormerkungen und W-LAN. Die „Gebührenordnung“ sowie die „Rahmenbenutzungsordnung“ werden in dem Menüpunkt „Benutzungsordnung“ zusammengefasst.

6.8 Über Uns

Über uns

Die Wirtschaftswissenschaftliche Dokumentation WiWiDok existiert seit dem 1.4.1968. Im Jahr 2005 wurden in die wirtschaftswissenschaftlichen Bestände die der Bibliotheken Recht sowie Statistik integriert. Seither heißt die Bibliothek "WiWiDok: Fachbibliothek Wirtschaft, Recht & Statistik" der [Fakultät Wirtschaft und Management](#).

Die sachliche Erschließung erfolgt durch eine eigene [Systematik](#). Der Bestand wird in Freihandaufstellung der jeweiligen Systematik Wirtschaft, Recht oder Statistik entsprechend präsentiert.

In der [Aufsatzdokumentation](#) sind Aufsätze aus in der WiWiDok vorhandenen Sammelwerken und Artikel aus Zeitschriften bis Juli 2008 bibliographisch erfasst und recherchierbar gemacht.


Wirtschaftswissenschaftliche Literatur wird außer in der WiWiDok nach Absprache in kleiner Zahl auch in der [UB der TU Berlin](#) gesammelt.

Für die Studenten der Fakultät Wirtschaft und Management ist in den Bibliotheksräumen der [PC-Pool der Fakultät](#) vorhanden, der während der Öffnungszeiten der Bibliothek genutzt werden kann.



© WiWiDok



Zuletzt aktualisiert: 09.03.11  WiWiDok

 Seite drucken  Seite empfehlen

[Kontakt](#) [Impressum](#) [Sitemap](#)  [English](#) [Index A-Z](#) [Mobil](#)

Abbildung 40: Contentbereich „Über Uns“ aktuell

Über uns

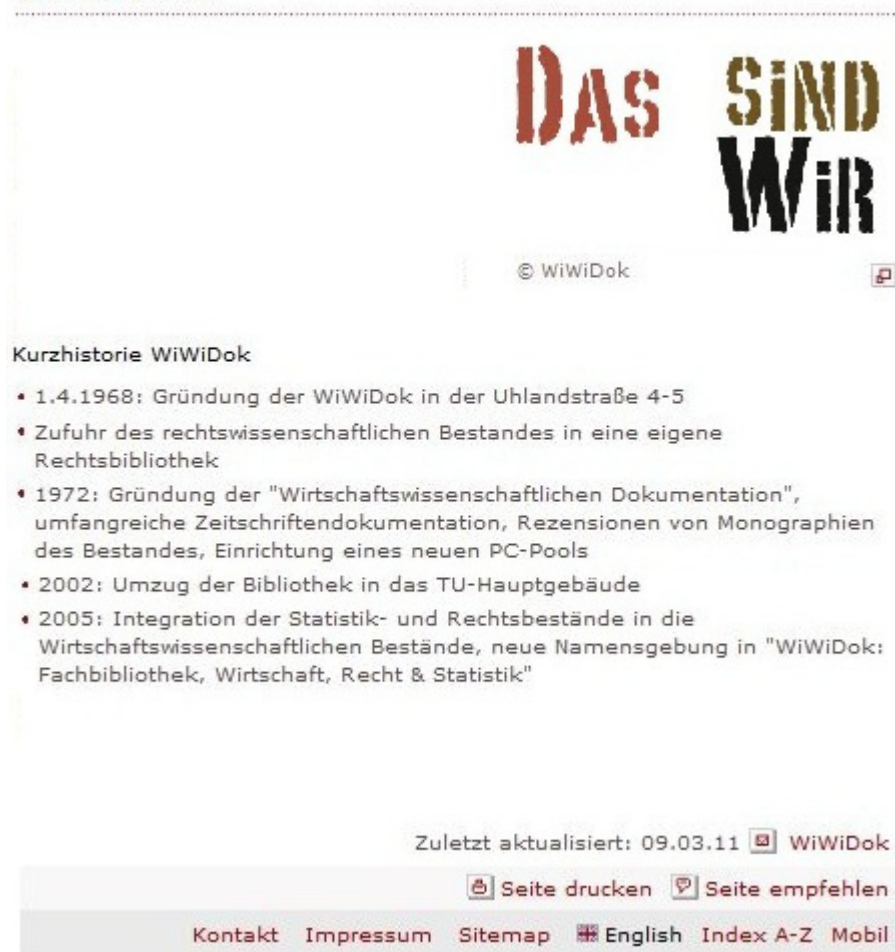


Abbildung 41: Contentbereich „Über Uns“ zukünftig

6.8.1 Struktur und Navigation

Die Menüpunkte der Pagelevelnavigation „Über Uns“ werden komplett übernommen und um die Komponente „Kontakte“ erweitert. Die Kontaktinformationen sind im aktuellen Webauftritt auf der rechten Randleiste platziert. Diese Angaben erscheinen im designierten Webauftritt im explizit eingeführten Menüpunkt „Kontakte“ auf einer eigenen Unterseite. Des Weiteren bildet das Navigationselement „Über Uns“, welches auf der bestehenden Webseite an dritter Stelle der

sieben Hauptnavigationspunkte kategorisiert ist, das Schlusselement der neuen Benutzerführung.

Über uns	Über Uns
Leitbild	Leitbild
Team	Team
Jahresberichte	Jahresberichte
	Kontakt

Abbildung 42: Gegenüberstellung aktuelle und zukünftige Navigation „Über Uns“

6.8.2 Inhalt und Gestaltung

Der aktuelle Contentbereich setzt sich aus unterschiedlichen Textabschnitten zusammen, die thematisch voneinander abweichen. So bietet der erste Textabschnitt Kurzinformationen zur Historie der Bibliothek, während die anderen Textteile sich mit der Bibliotheksausstattung und der Literatursuche befassen.

Da wir diese Informationen bereits an den adäquaten Stellen berücksichtigt haben, empfehlen wir stattdessen den informativen Teil der Bibliotheksgeschichte mit markanten Stationen der Historie detaillierter zu beschreiben. Auch hier wird auf den Einsatz eines Bildes, welches den Text „Das sind wir“ beinhaltet, zurückgegriffen. Die Menüpunkte „Leitbild“, „Team“ und „Jahresberichte“ werden hinsichtlich inhaltlicher und gestalterischer Aspekte in das neue Konzept transportiert.

Das Element „Kontakt“ besteht sowohl aus den Kontaktdetails als auch aus der Anfahrsbeschreibung, welche vorher in dem eigenständigen Hauptnavigationspunkt „So Finden Sie uns“ verortet war. Zudem wird hier das Kontaktformular platziert, welches dem Benutzer die Möglichkeit bietet mit seinen Wünschen und Anregungen an die Bibliothek heranzutreten. Dieses Formular ist ebenfalls über den auf der rechten Randspalte eingefügten Feedback-Button zu erreichen.

6.9 Additive Features

Dieses Kapitel geht insbesondere auf die Benutzerwünsche, die sich in Kapitel 5 herauskristallisiert haben, ein. Nachstehend wird eine Auswahl der am häufigsten nachgefragten Angebote, die noch nicht auf der aktuellen Webseite realisiert sind, vorgeschlagen. Diese sollen für die Bibliothek bei der Umsetzung als Hilfestellung fungieren.

6.9.1 Englischer Webauftritt



Abbildung 43: Kopfnavigation mit Button zur Aktivierung der englischen Webseite

Die Realisierung des englischen Webauftritts ist aus technischer Sicht mit geringem Aufwand umzusetzen. So bietet Typo3 die Möglichkeit jede inhaltliche Komponente parallel in einer anderen Sprache anzulegen. An der TU Berlin existieren bereits zweisprachige Webauftritte, wie beispielsweise die Startseite der TU Berlin¹¹⁷. Bei der Übersetzung sollte darauf geachtet werden, dass sowohl alle Navigationselemente als auch die Contentbereiche vollständig erfasst werden. Eine Auffälligkeit zeigt sich diesbezüglich auf der Webseite der Universitätsbibliothek der Technischen Universität Berlin.

¹¹⁷ http://www.tu-berlin.de/menue/technische_universitaet_berlin/parameter/en/

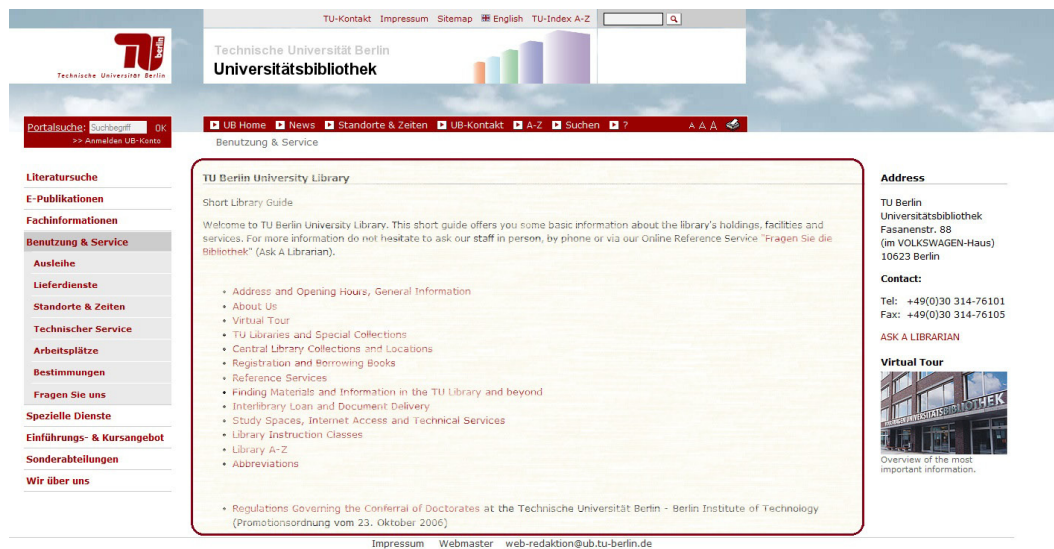


Abbildung 44: Englischer Webauftritt der UB TUB

Bei der Aktivierung des englischen Webauftritts wird deutlich, dass lediglich ein Teilbereich der Benutzung auf Englisch zur Verfügung steht. So sind die Kopf- und die Pagelevelnavigation weiterhin in deutscher Sprache erhalten. Die Benutzerführung bleibt beschränkt auf die Basisinformationen „Short Library Guide“ der Bibliothek, die dem englischsprachigen Benutzer angeboten werden (Vgl. Abb.xy markierter Kasten). Hinsichtlich der Positionierung der Technischen Universität im CHE-Hochschulranking ist das Angebot eines vollständigen englischen Webauftritts unverzichtbar. Innerhalb des Bereichs Volkswirtschaftslehre nimmt die TU Berlin im europäischen Vergleich den siebenten Rang ein. Von den Berliner Universitäten schneidet sie damit am schlechtesten ab.¹¹⁸

Ein englischer Webauftritt der WiWiDok bringt mehrere Vorteile mit sich. Einerseits kann eine höhere Nutzeradressierung erfolgen und andererseits wird die Außerdarstellung der Bibliothek qualitativ aufgewertet und trägt damit zum strategischen Marketing bei. Darüber hinaus kann die WiWiDok als Fachbibliothek die

¹¹⁸ <http://ranking.zeit.de/che2011/de/rankingkompakt?esb=27&ab=3&hstyp=1>

Sichtbarkeit im virtuellen Raum erhöhen und damit einen Beitrag für die Technische Universität im Bereich der Exzellenzinitiative leisten. Für die konkrete Umsetzung gilt es die ökonomischen Aspekte, wie zum Beispiel die Kosten für die Übersetzung, abzuwägen.

6.9.2 Feedback und Login



Abbildung 45: Icons für Feedback¹¹⁹ und Benutzerkonto

Im Allgemeinen sollen die verwendeten Icons den minimalistischen Charakter der Webseite unterstreichen. Dieses wird grundsätzlich durch die Reduktion von Text angestrebt. Die Icons können dabei die Rezeption der Webseite durch den Benutzer erhöhen (Vgl. 4.3). Bei der Auswahl der Icons sollte darauf geachtet werden, dass diese lizenzfrei zur Verfügung stehen. Die hier vorgeschlagenen wurden beispielsweise aus den Portalen *Iconarchive* und *Free Icons Web* heruntergeladen.¹²⁰ In Typo3 ist die Einbindung von Grafiken oder Bildern problemlos möglich. Der Feedback-Icon wird zum Kontaktformular verlinkt und der Login-Button führt direkt zum Anmeldebereich des Benutzerkontos der TU-Bibliotheken.

¹¹⁹ <http://www.iconarchive.com/show/real-vista-social-icons-by-iconshock/feedback-icon.html>

6.9.3 Virtueller Rundgang

Als Orientierungshilfe für Neubenutzer der Bibliothek soll der „Virtuelle Rundgang“ dienen. Der vorhandene Orientierungsplan besteht lediglich aus einem Grundriss, in dem die einzelnen Bereiche der Bibliothek farbig markiert sind. Der Virtuelle Rundgang informiert darüber hinaus über alle markanten Charakteristika des physischen Raums der Bibliothek. Denkbar ist eine Darstellung nach dem Muster einer Power Point Präsentation, dass als PDF-Dokument zum Download im Bereich der „Quicklinks für Studierende“ angeboten wird. Um den Wiedererkennungswert bei dem Nutzer nachhaltig zu fokussieren, wird die Verwendung einer Text-Bild-Kombination empfohlen. Die inhaltliche Aufbereitung sollte sich gleichermaßen an den Bibliotheksräumlichkeiten und den dazugehörigen Bestandsinformationen orientieren. Das Bildmaterial soll konsequenterweise die dazugehörigen Teilausschnitte der Bibliothek zeigen.

6.9.4 Web 2.0

Wie bereits im Kapitel 2.2 erwähnt, ist ein zeitgenössischer Webauftritt ohne Social Media nicht mehr denkbar. Insbesondere die Plattform Facebook wird von wissenschaftlichen Bibliotheken bevorzugt genutzt, um möglichst viele Leser zu erreichen. Das aktuelle LIS Wiki belegt, dass auch im Berliner Raum zahlreiche Bibliotheken diese Form der Nutzeradressierung verwenden.¹²¹ Auffällig ist hierbei, dass die Universitätsbibliothek der TU Berlin mit 515 Fans einen starken Nutzerzuspruch erfährt. Signifikant, von allen auf Facebook vertretenen wissenschaftlichen Bibliotheken in Berlin, zeigt sich hier der Anteil der Fans der Genderbibliothek. Denn mit 317 Fans erhält sie im Vergleich zur UB der TU einen Wert der lediglich 38,45 % unter dem der TU liegt. Bemerkenswert ist dies vor allem, da die Genderbibliothek eine One-Person-Library ist und über einen sehr

¹²⁰ <http://www.freeiconsweb.com/>

spezialisierten Bestand verfügt. An diesem Beispiel zeigt sich, dass weder die physische Größe noch die thematische Ausrichtung der Bibliothek entscheidend sind für den Erfolg der Social Media Kanäle und auch eine zahlreiche Leserschaft über diesen Marketingweg erreicht werden kann.¹²² Diese Erfahrung bestätigt sich auch durch die Erhöhung der Teilnahmefrequenz der in Kapitel 5.3. beschriebenen Online-Befragung und zeigt, dass durch die kurzen Kommunikationswege über Social Media ein großes Publikum angesprochen werden kann. Dieser Trend lässt sich auch in den aktuellen BibCharts¹²³ nachweisen.

Dort werden sowohl Öffentliche Bibliotheken als auch wissenschaftliche Bibliotheken gerankt, die auf Facebook oder Twitter vertreten sind. Zusätzlich wird die Anzahl der Fans auf Facebook sowie die der Followers bei Twitter angezeigt.

¹²¹ http://liswiki.org/wiki/Libraries_at_Facebook

¹²² Als Hilfestellung für den Einsatz von Social Media kann an dieser Stelle die von Plieninger und Stabenau erstellte Checkliste dienen. Diese wurde zwar primär für Bibliothekare von One-Person-Libraries erstellt, gibt jedoch zahlreiche Hinweise, welche auch für größere Bibliotheken elementar sind. Vgl. Plieninger, J./ Stabenau, E. (2007): Soziale Software nutzen, Hrsg. Berufsverband Information Bibliothek / Kommission für One-Person Librarians. - (Checklisten ; 22), <http://www.bib-info.de/fileadmin/media/Dokumente/Kommissionen/Kommission%20f%FCr%20One-Person-Librarians/Checklisten/check22.pdf>

¹²³ <http://bibcharts.eu/>

7 Fazit

Das Ziel der vorliegenden Masterarbeit war es, der Fachbibliothek Wirtschaft, Recht & Statistik der Technischen Universität Berlin ein umfassendes Konzept für die Neugestaltung des Webauftritts vorzulegen. Bei der Neukonzeptionierung wurde versucht, alle aus Nutzersicht markanten Merkmale zu berücksichtigen.

Darüber hinaus wurden an den entsprechenden Stellen Anregungen für eine Optimierung der Marketingstrategien zur Verbesserung der Außendarstellung der Bibliothek vorgeschlagen. Das neu entwickelte Konzept kann bei der Realisierung des zukünftigen Webauftritts richtungsweisend sein und zugleich Inspiration für Neuerungen geben.

Abschließend kann konstatiert werden, dass sich die Methodentriangulation auch für eine Analyse einer Bibliothekswebseite eignet. Der Methodenmix bietet hier die Möglichkeit einen Sachverhalt aus unterschiedlichen Perspektiven zu beleuchten. Neben der faktischen Datenerhebung in Form der Webzugriffstatistik, kann ein Erkenntnisgewinn über die Benutzerbedürfnisse auch durch eine Gruppendiskussion, deren Ergebnisse durch eine Online-Befragung verifiziert werden, erfolgen.

Mit den Ergebnissen dieser Arbeit kann ein Beitrag zum bedarfsorientierten und effizienten Dienstleistungsbild der WiWiDok geleistet werden.

In Bezug auf die vorgeschlagenen Neuerungen im Bereich des Web 2.0. und dem damit verbundenen Einsatz sozialer Software kann sich die WiWiDok darüber hinaus als Fachbibliothek Wirtschaft, Recht & Statistik im deutschsprachigen Raum innerhalb ihres spezialisierten Profilbildes besonders hervorheben und damit mutig Neuland betreten.

Literaturverzeichnis

[Der Zugriff auf die elektronischen Quellen erfolgte zuletzt am 29.11.2011].

Albers, S. / Klapper, D. / Konrad, U. / Walter, A. / Wolf, J. (2009):

Methodik der empirischen Forschung, 3. erweit. Aufl., Gabler, S. 6f.

2. Aufl. Online unter: <http://dx.doi.org/10.1007/978-3-8349-9121-8>

Beird, J. (2011):

Gelungenes Webdesign, die Prinzipien der Webseitengestaltung, ein Leitfaden für Webprogrammierer, 2. überarb. und erw. Aufl., s.l.: dpunkt Verlag.

Bericht zur Lage der Bibliotheken 2011 (2011):

Barbian, J.P. u.a. [Red.], Berlin: Deutscher Bibliotheksverband. Online unter:

http://www.bibliotheksverband.de/fileadmin/user_upload/DBV/themen/Bericht_zur_Lage_der_Bibliotheken_2011_Web.pdf

Birn, R. J. (2000):

The International Handbook of Market Research Techniques. Second Edition. London.

Dresing, T. / Pehl, T. (2011):

Praxisbuch Transkription. Regelsysteme, Software und praktische Anleitungen für qualitative ForscherInnen. 2. Auflage. Marburg.

Online unter: www.audiotranskription.de/praxisbuch

Ergonomische Anforderungen für Bürotätigkeiten mit Bildschirmgeräten (1998):

Teil 11: Anforderungen an die Gebrauchstauglichkeit; Leitsätze (ISO 9241-11:1998);

Deutsche Fassung EN ISO 9241-11:199

Ernst, S. (2004):

Angewandter "Methodenmix"? Gruppendiskussionen und schriftliche Befragungen am Beispiel eines Vorstudienmodells in der Hochschulevaluation, In: Forum Qualitative Sozialforschung, Volume 5, No. 2.

Online unter: <http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/view/606/1313>

Esch, F.-R. / Herrmann, A. / Sattler, H.(2011):

Marketing. Eine managementorientierte Einführung. München: Vahlen, 3. Aufl.

Fischer, M. (2006):

Website Boosting : Suchmaschinen-Optimierung, Usability, Webseiten-Marketing, Heidelberg: mitp.

Fielding, N. / Schreier, M. (2001):

Introduction: On the Compatibility between Qualitative and Quantitative Research Methods, In: Forum Qualitative Sozialforschung,, Volume 2, No. 1.

Online unter: <http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/view/965/2106>

Flick, U. (2008) :

Triangulation. Eine Einführung (2. Auflage). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Gutheim, P. (2008):

Der Webdesign-Praxisguide : Professionelle Konzeption von der Planung bis zur Promotion, Berlin u.a.: Springer.

Greifenender, E. (2011):

Benutzerforschung im Online-Zeitalter: Remote-Usability-Tests – die Methode der Zukunft für digitale Bibliotheken?, In: BuB Forum Bibliothek und Information, Bad Honnef: Bock + Herchen, H. 10, S. 726-729.

Hackl, M. /Klebl, M. (2008):

Qualitative Methodentriangulation bei der arbeitswissenschaftlichen Exploration von Tätigkeitssystemen, In: Forum: Qualitative Sozialforschung, Volume 9, No. 3.

Online unter: <http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/view/1007>

Hellbusch, J. E. /Probiesch, K. (2011):

Barrierefreiheit verstehen und umsetzen: Webstandards für ein zugängliches und nutzbares Internet, Heidelberg: dpunkt Verlag.

Homburg, C. /Krohmer, H. (2006):

Grundlagen des Marketingmanagements. Einführung in Strategie, Instrumente, Umsetzung und Unternehmensführung. Wiesbaden : Gabler.

Kalbach, J. [2008]:

Handbuch der Webnavigation. Die User-Erfahrungen optimieren, Köln: O'Reilly.

King, H.J./Jannik , C. M. (2005):

Redesigning for usability Information architecture and usability testing for Georgia Tech Library's Website, In: OCLC Systems & Services, Vol. 21 No. 3, S. 235-243. Online unter:

<http://www.emeraldinsight.com/1065-075X.htm>

Kotler, P. /Kartajaya, H. /Setiawian, I. (2010):

Marketing 3.0. From Products to Costumers to the Human Spirit. Hoboken: Wiley.

Lamnek, S. (1995):

Qualitative Sozialforschung. Band1: Methodologie. Weinheim: Beltz.

(*Band1: Methodologie*)

Mayerhofer, W. (2009):

Das Fokusgruppeninterview, In: Qualitative Marktforschung : Konzepte – Methoden – Analysen, Gabler, S. 479-488.

Mayring, P. (2003):

Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken. 8. Aufl., Weinheim.

Nielsen, J. /Loranger, H. [2008]:

Web Usability, München u.a. : Addison-Wesley.

Nielsen, J. /Pernice, K. (2009):

"Eye tracking Web Usability", s.l.: New Riders Press.

Ott, N. (2011):

Strategisches Marketing am Beispiel der Gottfried Wilhelm Leibniz Bibliothek, Berlin: Institut für Bibliothekswissenschaft der Humboldt-Universität zu Berlin, 2011. - (Berliner Handreichungen zur Bibliothekswissenschaft ; 305).

Online unter: <http://edoc.hu-berlin.de/series/berliner-handreichungen/2011-305/PDF/305.pdf>

Plieninger, J. /Stabenau, E. (2007):

Soziale Software nutzen, Hrsg. Berufsverband Information Bibliothek / Kommission für One Person Librarians. – (Checklisten ; 22).

Online unter:

<http://www.bibinfo.de/fileadmin/media/Dokumente/Kommissionen/Kommission%20f%FCr%20One-Person-Librarians/Checklisten/check22.pdf>

Rosenfeld, L. /Morville, P. (2002):

Information Architecture for the World Wide Web, 2nd ed., O'Reilly & Associates, Sebastopol, CA.

Rüdiger, J. /Heinz, A. /Decieux, J.-P. /Eirmbter, W. H. (2011):

Umfrage: Einführung in die Methoden der Umfrageforschung, 2. erw. und korr. Aufl., München: Oldenbourg.

Runia, P. /Wahl, F. /Geyer, O. /Thewissen, C. (2007):

Marketing. Eine prozess- und praxisorientierte Einführung. , 2. überarb. u. erw. Aufl. München u.a.: Oldenbourg.

Russel, M. (2005):

Using Eye-Tracking Data to Understand First Impressions of a Website, In: Usability News, February 2005, Vol. 7 Issue 1.

Online unter: <http://www.surl.org/usabilitynews/71/pdf/Usability%20News%2071%20-%20Russell.pdf>

Somaly, K. W. /Lanclos, F. (2011):

"Re-imagining the users' experience: An ethnographic approach to web usability and space design", In: Reference Services Review, Vol. 39 Iss: 3, S. 369 – 389.

Schumann, S. (2006):

Praxisorientierte Einführung in empirische Methoden und statistische Analyseverfahren, 4. überarb. und erw. Aufl., München u.a.: Oldenbourg.

Umlauf, K. (1999):

Materialien zum Bibliotheksmarketing (Vorlesungsskript) - Berlin: Institut für Bibliothekswissenschaft der Humboldt-Universität zu Berlin, 1999. - (Berliner Handreichungen zur Bibliothekswissenschaft ; 62). Online unter: <http://www.ib.hu-berlin.de/~kumlau/handreichungen/h62/>

WiWiDok: Fachbibliothek Wirtschaft, Recht & Statistik; Jahresrückblick 2008 – 2010

Berlin : Technische Universität Berlin.

Online unter: [http://www.wm.tu-](http://www.wm.tu-berlin.de/fileadmin/f8/wiwidok/WiWiDok_Jahresrueckblick_2008-2010.pdf)

[berlin.de/fileadmin/f8/wiwidok/WiWiDok_Jahresrueckblick_2008-2010.pdf](http://www.wm.tu-berlin.de/fileadmin/f8/wiwidok/WiWiDok_Jahresrueckblick_2008-2010.pdf)

Webseiten allgemein [letzter Zugriff 29.11.2011]

Barrierefreies Webdesign - ein zugängliches und nutzbares Internet gestalten

<http://www.barrierefreies-webdesign.de/bitv/index.php>

BIBCHARTS (beta): Bibliotheken und Informationszentren im Social Web

<http://bibcharts.eu/>

Bibliotheksportal: Deutscher Bibliotheksverband; knb – Kompetenznetzwerk für Bibliotheken. Werkzeuge Online-Öffentlichkeitsarbeit

<http://www.bibliotheksportal.de/themen/oeffentlichkeitsarbeit/werkzeugkoffer/werkzeuge-online-oeffentlichkeitsarbeit.html>

e-book: die Wedesign-Referenz

<http://www.webdesign-referenz.de/start.shtml>

Free Icons Web

<http://www.freeiconsweb.com/>

Genderbibliothek der Humboldt-Universität zu Berlin

<http://www2.gender.hu-berlin.de/genderbib/>

GNU General Public License

<http://www.gnu.org/licenses/gpl.html>

Icon Archive (beta)

<http://www.iconarchive.com/show/real-vista-social-icons-by-icons shock/feedback-icon.html>

LIS WIKI: Libraries at Facebook

http://liswiki.org/wiki/Libraries_at_Facebook

Poynter.

<http://www.poynter.org/>

Typo3

<http://typo3.org/>

Wolfgang Wagner: Webdesigner aus Friedrichshafen; Typo3 Kurs

<http://wowa-webdesign.de/typo3-kurs/>

W3C Web Acessibility Initiative

<http://www.w3.org/WAI/intro/accessibility.php>

XAMPP

<http://www.apachefriends.org/de/xampp.html>

XMind: Collaborative Minds

<http://www.xmind.net/>

Zeit online: VWL; Überblick über die Hochschulen im Ranking

<http://ranking.zeit.de/che2011/de/rankingkompakt?esb=27&ab=3&hstyp=1>

Webseiten TU und WiWiDok [letzter Zugriff 29.11.2011]

12 Grundregeln für das neue Webdesign (Styleguide), 25.06.2008 (TU-internes Papier)

Anfrage-Bericht (2011): In: Gesamtübersicht für Webseite WiWiDok, Berlin: TU (TU-internes Papier)

Datenbank-Infosystem (DBIS) der Universitätsbibliothek der TU Berlin

http://rzblx10.uni-regensburg.de/dbinfo/dbliste.php?bib_id=tubb&colors=63&ocolors=40&lett=f&gebiete=16

Digitales Repositorium (System OPUS), Technische Universität Berlin - Universitätsbibliothek

<http://opus.kobv.de/tuberlin/>

Leitbild der WiWiDok:

http://www.wm.tu-berlin.de/menue/einrichtungen/bibliotheken/wiwidok/ueber_uns/leitbild/

Technische Universität Berlin – englischer Webauftritt

http://www.tu-berlin.de/menue/technische_universitaet_berlin/parameter/en/

Typo3-Redakteurshandbuch: eine Anleitung zum Umgang mit dem Typo3-Baukasten der TU Berlin (3. Februar 2011); (TU-internes Papier)

WiWiDok: Fachbibliothek Wirtschaft, Recht & Statistik (2006):

Ergebnisse der Benutzerbefragung 2006, Berlin: Technische Universität (internes Papier).

WiWiBerlin.de

<http://wiwiberlin.de/forum/viewtopic.php?id=7980>

Einzelseiten WiWIDOK: [letzter Zugriff 29.11.2011]

- <http://www.wm.tu-berlin.de/menue/einrichtungen/bibliotheken/wiwidok/wiwidok/>
- <http://www.wm.tu-berlin.de/menue/einrichtungen/bibliotheken/wiwidok/aktuelles/>
- <http://www.wm.tu-berlin.de/menue/einrichtungen/bibliotheken/wiwidok/service/bibliothekseinfuehrungen/>
- http://www.wm.tu-berlin.de/fileadmin/f8/wiwidok/Flyer_09_2011.pdf
- <http://www.wm.tu-berlin.de/menue/einrichtungen/bibliotheken/wiwidok/benutzungshinweise/>
- http://www.wm.tu-berlin.de/menue/einrichtungen/bibliotheken/wiwidok/benutzungshinweise/benutzung_von_a_bis_z/
- http://www.wm.tu-berlin.de/menue/einrichtungen/bibliotheken/wiwidok/benutzungshinweise/aufstellung_der_bestaeude/
- <http://www.wm.tu-berlin.de/menue/einrichtungen/bibliotheken/wiwidok/benutzungshinweise/oeffnungszeiten/>
- <http://www.wm.tu-berlin.de/menue/einrichtungen/bibliotheken/wiwidok/benutzungshinweise/sitemap/>
- http://www.wm.tu-berlin.de/menue/einrichtungen/bibliotheken/wiwidok/literatursuche/linksammlung_recht/
- <http://www.wm.tu-berlin.de/menue/einrichtungen/bibliotheken/wiwidok/literatursuche/>
- <http://www.wm.tu-berlin.de/menue/einrichtungen/bibliotheken/wiwidok/literatursuche/datenbanken/>
- <http://www.wm.tu-berlin.de/menue/einrichtungen/bibliotheken/wiwidok/literatursuche/zeitschriften/>
- <http://www.wm.tu-berlin.de/menue/einrichtungen/bibliotheken/wiwidok/service/bibliothekseinfuehrung>
- <http://www.wm.tu-berlin.de/menue/einrichtungen/bibliotheken/wiwidok/service/rss-feeds/>
- <http://www.wm.tu-berlin.de/menue/einrichtungen/bibliotheken/wiwidok/service/pcs/>
- http://www.wm.tu-berlin.de/menue/einrichtungen/bibliotheken/wiwidok/so_finden_sie_uns/

Anhang

A) Werbeplakat DIN A2 für den Workshop am 27.09.2011

An alle Angehörigen der Fakultät VII

Kennen Sie das Webangebot der Bibliothek? Anregungen, Wünsche, Kritik?

Haben Sie Interesse an einer kritischen Diskussion zum Webauftritt der WiWiDok in angenehmer Atmosphäre mit Kaffee und Keksen? Dann melden Sie sich bitte bis zum 18.09.11 bei Ramona Hunkler und Isabell Heinitz per Email: xxx

Wann?
27.09.11 für Wissenschaftliches Personal von 10:00 Uhr bis 11:30 Uhr
28.09.11 für Studierende von 11:30 Uhr bis 13:00 Uhr
Wo? Fakultätsraum xxx **Moderation?** xxx

Unter den Teilnehmenden verlosen wir je einen Büchergutschein der Buchhandlung Lehmanns im Wert von 20 EUR als Dankeschön für die Unterstützung!

Isabell Heinitz, B.A., Ramona Hunkler, B.A.

B) Leitfaden für den Workshop am 27.09.2011

Einstieg / Meinungen zum aktuellen Webauftritt einholen

Wie häufig wird der Webauftritt besucht? Wofür?

Wie gefällt die Startseite? **Welche Funktionen der Startseite werden genutzt?**

Welche Funktionen werden dort vermisst? Fehlt der direkte Sucheinstieg für die Literatur auf der Startseite? Sollte das Benutzerkonto auf der Startseite sein?

Welche Informationen sind am wichtigsten? Aktuelles? Öffnungszeiten?

Navigationsverhalten

Wie recherchieren die Nutzer? Welche Navigation wird verwendet? **Werden die Quicklinks genutzt?** Sind sie aus Sicht der Nutzer sinnvoll?

Wie kommen die Nutzer zu ihrer gewünschten Information? Werden Links verwendet? Wenn ja, welche Links werden genutzt – die im Text eingebetteten oder die der Linksammlung?

Nutzung Angebote

Welche Angebote der Webseite werden benutzt?

Welche Angebote der Webseite werden nicht benutzt? Warum?

Kennen Sie alle Angebote der Bibliothek?

Erwartungshaltung an neuen Webauftritt

Ist ein Auftritt der Bibliothek auf Facebook, Google+ etc. von den Nutzern erwünscht?

Welche Dienste des Web 2.0 wünschen sich die Nutzer für die Bibliothek?

Ist das Angebot einer mobilen Webseite für Smartphones erwünscht?

Ist ein englischer Webauftritt wichtig? Ist die Nachfrage da?

Erläuterungen zum Leitfaden

Die vier Themenschwerpunkte sind uns am wichtigsten:

- Meinungsbild zum aktuellen Auftritt
- Navigationsverhalten
- Angebotsnutzung
- Erwartungen an zukünftigen Webauftritt

Es wäre wünschenswert, dass wir zu allen Punkten Statements erhalten. Dabei spielt es keine Rolle, ob alle von uns vorgeschlagenen Fragen berücksichtigt werden. Gut wäre mindestens ein Feedback pro Thema. Die wichtigsten Fragen der einzelnen Themen sind dick markiert. Alle anderen Fragen dienen nur zur Orientierung und Sie sind während der Diskussion völlig frei und können gerne spontan eigene Fragen, die sich vor Ort ergeben, stellen. Wir denken auch, dass es Sinn macht, bestimmte Aspekte dann einfach auf der Webseite kurz zu zeigen, zum Beispiel wenn es um die Quicklinks geht, dann einfach die nochmals kurz zeigen und darauf verweisen.

Sucheinstieg: der direkte Zugang zum Online-Katalog, damit die Nutzer direkt von der Startseite aus zugreifen können.

Benutzerkonto: jeder Bibliotheksnutzer hat mit seinem Bibliotheksausweis Zugriff auf sein Konto; darin sind alle Ausleihen und Bereitstellungen etc. erfasst. Der Nutzer kann darüber beispielsweise auch die Frist seiner ausgeliehenen Bücher verlängern.

Angebote: alle von der Bibliothek bereitgestellten Leistungen, wie beispielsweise RSS-Feeds, Links zu externen Angeboten, wie Jobs und Praktika, verschiedene Linksammlungen für die Recherche etc.

Für weitere Fragen stehen wir gerne zur Verfügung.

C) Transkription des Workshops vom 27.09.2011 im Fakultätsraum
der Fakultät VII der TU Berlin (10:15 Uhr bis 11:30 Uhr)

Moderation: AB (Leiterin Fakultäts-Service-Center)

Teilnehmer: CD, EF, GH

Technik: IH, RH

AB: (unv., Aufzeichnung beginnt zu spät) zur (.) die betrifft den Webauftritt der WiWiDok (...) die ist Teil einer Diplomarbeit (Versprecher, korrekt: Masterarbeit) die RH und IT (Versprecher, korrekt: IH) anfertigen und ich hoffe, dass wir dadurch für die den Webauftritt der WiWiDok auch wertvolle Hinweise kriegen. Was sicherlich sowohl im Interesse von Ihnen als Wissenschaftler ist, als auch im Interesse der Studierenden und dadurch vielleicht auch ja unsere unsere Ranking-Position, so etwas wie EHC-Rankings (Versprecher, korrekt: CHE-Rankings), auch ein Stück weiter verbessern können. Deswegen finde ich das sehr gut, dass Sie das machen und das Sie sich bereit erklären, daran teilzunehmen. (...) Wir haben so vier große Themen, die wir gerne abgedeckt haben wollten heute. Das wären einmal so na so aktuelle Meinungen zum Webauftritt. Das werden wir als Einstieg machen. Dann würden wir gern etwas über ihr Navigationsverhalten erfahren. Dann und zur Nutzung aktueller Angebote. Und dann auch nochmal Ihren Erwartungs/ Ihre Erwartungshaltung an einen neuen Webauftritt abfragen. Als Einstieg hatte ich mir überlegt eine kurze Vorstellungsrunde zu machen und wäre schön wenn das neben ihrem Namen und dem Fachgebiet an dem sie tätig sind ihren Status vielleicht verbinden würden mit einem kleinen Statement wofür sie die Website der WiWiDok am ehesten nutzen (...) ja und welche Funktionen sie insbesondere gerne nutzen. Einfach mal bei Ihnen anfangen. A1#00:00:00-1#

CD: Ich heiße CD. Ich bin Professor für Statistik hier und auch Bibliotheksbeauftragter. Ich bin mit der Seite der WiWiDok sehr zufrieden, deshalb wundert mich auch nicht, dass nicht so viele Leute gekommen sind. Klappt eigentlich sehr gut. Das was ich will, finde ich immer. Insbesondere die den Button *Online-Katalog*. Den benutze ich am allermeisten. Ich suche irgendwie Literatur. Dann gehe ich immer auf die WiWiDok-Seite und nicht auf die Hauptbibliotheksseite. Weil es irgendwie hier schneller geht und dann komm ich da drauf und das Aktuelle steht vorne drauf, die Öffnungszeiten, die brauche ich auch manchmal, wenn ich Bücher zurückgebe. Also ich bin eigentlich ziemlich zufrieden muss ich sagen. Ich hab da keine großen Probleme und hab so das Gefühl ich finde das (..) die Webseite ist wirklich ganz gut. Wenn ich dann in die WiWiDok reingehe, dann wird es manchmal komplizierter, weil der Bestand dann nicht richtig in dem Katalog drin ist. Dann muss ich dann erst noch mal in so einen Zettelkatalog und das raussuchen. Und dann kann das komplizierter werden. Aber die Webseite gefällt mir eigentlich gut. A1 #00:01:38-2#

EF: F ist mein Name und ich bin beim Lehrstuhl für Internationale Wirtschaftsbeziehungen und natürlich ich benutze die Seite der der WiWiDok (.) und auch der dieser Link *Online-Katalog* da kann man sofort auf den OPAC reinkommen und kann man auch die Datenbanken auch der Zeitschriften, dass das bis 2009 glaube ich, katalogisiert wurde. Das war auch sehr gut. Kann man auch dann diese Onlinemaske da auch sehr viele Artikel finden. Das finde ich auch sehr gut. Zu dem Thema Verbesserungen dann hab ich natürlich ein paar Punkte hier mir notiert aber ich // glaube da kommen dazu schon// A1 #00:02:40-3#

AB: //Da kommen wir dann noch dazu.// Vielleicht noch mal kurz, bevor ich das Wort weitergebe, bitten dürfte Ihren Namen auf den die Kärtchen zu schreiben, damit sie dann auch identifizierbar sind für die bei der Auswertung.
A1 #00:03:20-4#

GH: Ja mein Name ist GH. Ich bin am Fachgebiet für Organisation und Unternehmensführung wissenschaftlicher Mitarbeiter. Ich benutze die WiWiDok-Seite selten. Wenig. Dafür habe ich zum Glück Leute (lachen) Ich mache allerdings schon relativ viel Literaturrecherche. Das wäre auch komisch, wenn nicht. Allerdings bin ich scheinbar der Einzige, na gut wir sind auch nicht so viele, ich finde es viel praktischer direkt über Ebsco zu gehen und kann aber trotzdem vielleicht ein bisschen was dazu sagen. Also es ist nicht so, dass ich es gar nicht benutze, aber wenig und ich finde es wesentlich komfortabler, zumindest für meine Zwecke, direkt in eine Datenbank zu gehen und nicht über das OPAC der WiWiDok zu gehen. A1 #00:03:40-5#

AB: Darf ich gleich nachfragen warum Sie das praktischer finden oder // was Gründe sein könnten // A1 #00:04:30-6#

GH: // Weil für meine Zwecke // das mag sich mit Statistik oder so unterscheiden, ist es so, dass ich subjektiv das Gefühl habe bei Ebsco (...) 80 Prozent der Artikel ist sofort das PDF mit einem Klick zu haben und 90 Prozent der Artikel drin zu haben die ich suche und nur sehr wenig Artikel, die ich darin nicht finde und wenn ich über die WiWiDok gehe brauche ich immer noch zwei, drei Klicks länger bis ich letztlich das PDF vor mir habe und den Artikel lesen kann. Was ich möglichst schnell möchte, wenn ich irgendwas schreibe, einen Aufsatz, und dann will ich sofort gucken, was hat der da geschrieben. A1 #00:04:35-7#

AB: Dann stelle ich gleich an alle noch die Nachfrage, wenn Sie denn die Seite nutzen, welche Funktionen auf der Startseite nutzen Sie denn bevorzugt?
A1 #00:05:13-8#

GH: Soll ich wieder ... //also ich// A1 #00:05:25-9#

AB: // Machen wir das mal anders herum. Genau.// (lachen) A1 #00:05:26-10#

GH: (lachen) Ich benutze also eigentlich nur *Literatursuche*. Also irgendwie Nachrichten oder so Aktuelles ist ja immer mal wieder eine neue Datenbank im Testzugriff oder so. Eigentlich gar nicht. Also ich gehe immer Literatursuche und auch nicht über diesen Quicklink *Online-Katalog* sondern suche mir dann schon was raus, was ich will. Also Zeitschriftendatenbank oder je nachdem was es halt gerade ist oder gehen muss. A1 #00:05:27-11#

EF: Ja (...) es gibt paar Punkte, die ich da wichtig finde, zum Beispiel der *Online-Katalog* sehr wichtig. Kann man sofort in den OPAC und da kann auch der Bestand man überprüfen. Bei dem Schlagwort was man dann wählt, also VWL zum Beispiel allgemein, Statistik hat man eine Menge von Büchern. Hat man auch den Standort direkt. Hat man auch die Signatur. Und Start auf der UB-Seite zum Beispiel, das macht man da auch, aber ist ein bisschen komplizierter. Hier da hat man das direkt. Aber es gibt auch mal ein paar Punkte, die ich natürlich verbessert haben möchte. Darf ich die //jetzt einbringen// A1 #00:06:00-12#

AB: // Ja. Na klar. Ja.// A1 #00:06:41-13#

EF: Bei der, was mir sehr wichtig ist bei einer Webseite ist immer die Ergonomie. Das ist das größte Problem was wir heute haben. Egal was es ist. Sind das Handbücher, sind das Erklärungsbücher, sind das Webseiten. Die sind zu komplex. Wenn man auch annimmt, dass Nutzer, jetzt für die Seite nicht, weil wir sind darauf angewiesen, da müssen wir was finden, aber für andere Webseiten die Nutzer zum Beispiel länger als drei Sekunden sagt man, das dauert, dann gehen die schon weg. So. Die Ergonomie ist ein großes Problem. Das habe ich bei der UB da festgestellt, zum Beispiel ein Link, das sehr wichtig ist. Einmal das man auf das Konto kommt. Ich bin in der WiWiDok-Seite zum Beispiel. Ich möchte hier nicht raus auf die UB, natürlich kann man anklicken, aber sollte ein Button sein mit dem Konto. Da kann ich sofort in mein Konto rein und mein Konto überprüfen, das hab ich die UB-Leute auch gesagt, auch bei der UB. Damit man überhaupt ins Konto reinkommt da muss man erstmal über die die Literatursuche, damit alle Links dann erscheinen und dann erstmal Anmeldung. Ich finde, ich brauche den ganzen Weg nicht, sondern direkt irgendwo noch groß hier *zur Anmeldung* zu ihrem Konto usw. also auch auf die WiWiDok-Seite unbedingt sein, dass ich sofort aufschlagen kann. So, dass ist der erste Punkt der mir hier aufgefallen ist. (.) Es gibt also zwei Seiten noch mal. Einmal wie das ich als Nutzer sehe und wie ich das als eine hier lehrende Person sehe. Dann gibt es für Insider, die wir alle sind und kennen wie die Bibliothek funktioniert, was für Bücher da sind, dass man auch einen Bestand hat. Einen Link noch mal auf der linken oder auf der rechten Seite mit den Büchern, die in der Aufsicht sind. Vorne an der Theke. Und da haben wir eine Menge von Medien, sowohl als einen CD-Bestand als auch als Bücher. Das sind meistens Bücher, die nicht ausgeliehen werden können auf die man jederzeit zugreifen kann. Also eine Liste auch mit diesen Büchern. Wo auch man sehen kann, gibt es neue Bücher in diesem Bestand, der Aufsichtsbücher oder

nicht. Dann, das weiß ich jetzt nicht mehr, ganz hinten Richtung Recht, also der dritte Punkt, gab es natürlich die Neuer/ ach nein, jetzt, wo ist denn das, ich jetzt glaube ich hier vorne jetzt, die Neubeschaffung (..) das wäre auch schön, wenn auch auf der Webseite der WiWiDok diese Neubeschaffungen, nach Fachgebieten, da katalogisiert werden. Das wäre jetzt, für mich ist das sehr wichtig, einmal zu sehen, was hat zum Beispiel die WiWiDok an neuen Büchern angeschafft. Da sind andere Kollegen, die, also mich interessiert VWL zum Beispiel, ne. Was gibt es neues, was ich noch nicht entdeckt habe, und sehe was die Bibliothek für Bücher hat. Also ein Link mit den Neubeschaffungen des letzten Monats, oder weiß ich nicht wie der Bestand ist. Ich glaube (..) Gibt es noch so ein Regal mit Neubeschaffungen? A1 #00:06:45-14#

IH: Nein. Gibt's nicht. A1 #00:09:51-15#

EF: Gibt es nicht. Das könnte zum Beispiel elektronisch machen und ohne dass die Bücher dann auch auf einem bestimmten Regal stehen müssen. Wenn sie stehen kann man einen Blick reinwerfen ob man das Buch haben will oder nicht. Das wäre ein Punkt. Also nach Fächern, also Neubeschaffungen nach Fächer, so dass ich sehe okay, da gibt es neues. Natürlich wenn alle Kollegen ihre Vorschläge da abgeben und neue Bücher bringen. Das ist natürlich sehr gut. Weil man hat nicht immer den Überblick was ist denn neues auf den Markt gekommen. So (5) dann wollte ich mal zu dem Thema (...) Findung eines Buches (5) ich weiß jetzt nicht, ob es die Liste noch gibt zu welcher Signatur welcher Regalstandort. Gibt es das noch, die Liste? A1 #00:09:53-16#

IH: Hm (unschlüssig). A1 #00:10:47-17#

EF: So das man auch diese Liste, wenn die auch elektronisch man da hat, kann man dann ausdrucken und weiß genau, weil man (assistiert?) auf der Webseite. Hat die Signatur BDA gefunden und wenn man die Liste selber hat, dann kann man mit der Liste, weiß ich Signatur BDA ist im Regal 26 im Bereich /. Ansonsten der Plan der Bibliothek steht da. Wunderbar. Könnte man sofort hingehen ohne jetzt an der Theke nochmal zu fragen oder irgendwelche Aushänge da, wie die Bibliothek überhaupt gegliedert ist. Dann könnte man sagen, okay das ist da an diesem Regal. Kann man sofort hingehen. Also man könnte diese Regalnummern zugeordnet zu den Signaturen noch mal auch mal ins Netz stellen. Also es ist, sage mal für uns, die wir sehr schnell etwas holen wollen von der Bibliothek, ja. Also das wäre ein weiterer Punkt (7) Dann weiß ich nicht, ob vielleicht bei den elektronischen Zeitschriften, ob das jetzt die Ebsco-Datenbank ist, ob man die häufig verwendeten Zeitschriften so einen extra Link noch da drin hat. Also auf die erste Seite wieder. Dass man sofort klicken und ist man auf, weiß ich nicht, auf (...) Economics Journals oder weiß ich ja nicht. Das was am meisten verwendet wird. Ohne das man über Elektronische Zeitschriften über die dann A, B, C was man da sucht, dann die Liste runter. Vielleicht die am meisten verwendeten nach Fachgebieten, ja, noch mal da mit einem sofort/ sofortigen Zugang auf die Seite der

Ebsco-Datenbank. (...) Vielleicht dann bei den es gibt es gibt auf Link glaube ich *Service*. Kann man das anklicken? (6) Und dann *Informationsbroschüren*. (5) Und da hat man vielleicht einige Informationen da von diesen zwei PDF-Dateien. Ob das die studentischen Mitarbeiter /. Ich meine welche sind die Studenten da, die da an der Theke arbeiten. Vielleicht auch da bei dem Personal einen Link mit den studentischen Mitarbeitern, dass man weiß ich habe mit dem und dem gesprochen. Also für den Nutzer jetzt, ja. Vielleicht so eine Transparenz noch in der Hinsicht. Und ich möchte was für Informationen noch. Es sind natürlich alle Informationen da, aber da verlinkt Bücher mit dem grünen Band, Bücher mit dem roten Band, die Leihgaben. Ist schon alles da, aber vielleicht noch (..) was so wichtig ist für die Nutzer sollte vorne drauf stehen nochmal, ohne das wieder die Seite überfüllt wird von Informationen. Ist auch wieder die Gefahr dabei, ja. A1 #00:10:48-18#

AB: Hm (zustimmend). A1 #00:13:42-19#

EF: Also es gibt viele Punkte, die ich mir notiert habe, das wäre so erst in groben Zügen. Da sind andere Sachen, die da so, eher so von meiner bibliothekarischen Seite hier (lachen) mir notiert habe. Aber das wäre es erstmal von meiner Seite. A1 #00:13:43-20#

AB: Danke erstmal. Das war ja schon eine ganze Menge, die wir sicher auch verwenden können. CD, Sie Ihnen gefällt die Seite ja. Was nutzen Sie am meisten, was gefällt Ihnen am Besten? A1 #00:13:56-21#

CD: Vielleicht können wir noch mal eins zurückgehen auf die Startseite. Was mir gefällt ist, dass die aufgeräumt ist, ne. Also das ist erst einmal eine aufgeräumte Seite. Es gibt hier /. Das liegt natürlich am TU TYPO3 Design, das ist sowieso ganz clever, ne. Es gibt hier diese *Quicklinks*. Und vorne hier hat man die Möglichkeit was *Aktuelles* hinzutun, okay. Also das finde ich erst einmal gut gemacht. Nicht so (Handgestik). Kann man gut sehen. Jetzt muss man mal dazu sagen. Ich habe natürlich einen eigenen Bedarf. Ich suche Literatur oft über Google. Da gehe ich gar nicht in so eine Datenbank rein. Ich gebe das in Google ein und das ist auch meist oft sehr gut und findet auch was. Aber ich brauche wirklich diesen Online-Katalog mehr für eigentlich Literatur die ich so brauche rund um die Lehre. Da gucke ich immer mal da. Das klappt wirklich sehr gut. Da gehe ich sofort drauf. Mit dem Konto das stimmt. Können wir mal kurz auf Universitätsbibliothek gehen? Auf den (.) und da gibt's jetzt links oben bei *Anmelden UB-Konto* bei dem Katalog. Da gehe ich immer rein in mein Konto. A1 #00:14:08-22#

EF: Achso. A1 #00:15:02-23#

CD: Das ist sehr versteckt, ja. Irgendwann habe ich das geschnallt, dass das da ist und seitdem benutze ich das immer. Das ist auch nicht optimal. Das ist so ein bisschen versteckt. Jetzt weiß ich wo es ist, aber /. Das brauche ich natürlich auch. Irgendwann, ich kann es immer nicht glauben, wie schnell sind meine Bücher

fällig und dann muss ich da immer rein gehen und das ist natürlich auch nützlich. Und das sollte vielleicht auch wirklich bei der WiWiDok einfach da sein. Jetzt weiß ich natürlich wo es ist. Ein anderer Punkt, also ist für mich, was ein bisschen blöd ist, ich weiß halt viel. Also ich bin so ein bisschen die falsche Person, ne. Ich kenne die WiWiDok inzwischen ganz gut. Viele Informationen, die vielleicht jemand anderes hier suchen muss, die kenne ich schon. Insofern wäre es natürlich auch toll, wenn hier Studierende wären. Weil die natürlich ganz andere Ansprüche haben, als ich. Die müssen ihr Bachelorarbeiten schreiben, Studienarbeiten. Die müssen erst einmal Literatur suchen. Das muss ich selten, so also so dass ich ein Thema mir so erarbeite so mit der Literatursuche. Das mache ich so gut wie nie, ehrlich gesagt. Und in sofern das ist so ein bisschen /. Aber einiges davon ist auch wahrscheinlich dann nicht mehr innerhalb von der WiWiDok-Seite abzubilden, ne. Wie gesagt, wie gut der Online-Katalog dann ist, das ist ja nicht mehr in den Händen der WiWiDok. Man ist dann im Online-Katalog drin. Der kann gut oder schlecht sein. Aber das ist so eine andere Baustelle. Mit diesen Zeitschriften, das ist natürlich schon ein guter Punkt. Was ich auch immer wieder gemerkt habe. Wir haben ja da auch lange drüber geredet in der Fakultät. Ich denke das hat sich mit der Amtsübernahme natürlich enorm verbessert. Das Angebot, wahrscheinlich auch die Darstellung. Trotzdem sagen Sie ja, es ist für Sie nicht so wichtig praktisch über die WiWiDok zu gehen. Was mir dann immer wieder klar geworden ist, auch in der Diskussion innerhalb von den Kollegen war, was ist eigentlich der Unterschied zwischen diesen ganzen Subteilen. Ja wir haben da was mit der Bibliothek in Regensburg, dann haben wir Ebsco, dann haben wir JSTOR, und einer fragt sich natürlich, ja will ich eigentlich alles gar nicht sehen. Ich suche eine Zeitschrift und dann will ich die haben. Möglichst schnell und PDF, umsonst sagen wir mal. Und das ist vielleicht noch nicht so optimal, aber das ist vielleicht auch verdammt schwer zu machen, ne. Das man wirklich so etwas

A1 #00:15:03-24#

RH: Kopfschütteln. A1 #00:17:08-25#

CD: Nein? Okay, ich hätte mir das vorgestellt, dass das schwierig ist. Das man dahinter alle diese Quellen hat und bietet dem Nutzer so eine Schnittstelle mit dem man dann automatisch das Richtige findet. So dass Sie sagen können. Ich hab hier eine super Dings. Ich gebe den Autor ein oder das Journal oder irgendwas und der sucht mir automatisch das Richtige. A1 #00:17:08-26#

GH: Also deswegen gehen wir ja bei Forschung, haben sie ja gesagt eben, über Google. A1 #00:17:28-27#

CD: Genau. #00:17:31-28#

GH: Wenn ich den Aufsatz da sehe, dann sehe ich sofort, wenn ich den anklicke, naja kommt das PDF oder steht da sie haben keinen Zugang. Und weil da steht Regensburg, Ebsco und ich so hää, ich will das PDF haben, also.

A1 #00:17:32-29#

CD: Also was ich inzwischen festgestellt habe, bei Google. Wenn ich dann auf *erweiterte Suche* PDF gehe, sagen wir mal ich habe eben Literatur gefunden, irgendeiner legt den Artikel dann doch oft auch aufs Netz. Das ist irre.

A1 #00:17:43-30#

GH: // Ja. Deswegen man hat da die größte Menge an // A1 #00:17:52-31#

CD: //Aber das ist jetzt so etwas // das was ich vielleicht so ein bisschen vermisste. Was vielleicht ein bisschen umständlich ist, ne. Genau dieses sagen ich will eigentlich mich mit diesen /. Ich will nicht diese verschiedenen Quellen durchsuchen. Manches weiß ich einfach, ich weiß inzwischen ganz gut was in JSTOR ist oder so, welche Jahrgänge die haben, welche Zeitschriften da sind. Dann gehe ich natürlich schon direkt dann da hin oder so. Oder es kommt bei Google meistens, wenn es in JSTOR ist, dann findet man das schnell. Das ist noch verbesserungsfähig, obwohl ich das Gefühl habe, das ist schon besser geworden. Wirklich. Die hier diese Darstellung die ist schon relativ okay, wenn man denn auf *Elektronische Zeitschriften* geht, dann kommt zumindest diese Liste mit den verschiedenen Sachen, die wir haben, ja. Da kommt dann die EZB-Sache, JSTOR. Die sind alle so ein bisschen untereinander und wenn jetzt einer, ich kenn mich da so ein bisschen aus und weiß was die Sachen sind. Aber wenn jemand einfach nur sagen will, dass ist mal eine super Seite hier, ich gebe das ein, was immer ich gerade weiß, den Autor oder irgend so etwas, und dann kommt hier automatisch das von wo immer das her kommt. Das ist mir eigentlich Schnuppe, ob das von da, da da kommt . Gut, das wäre natürlich noch besser als jetzt zu sagen, wir haben ja noch was von Elsevier, das ist dann bei ScienceDirect, dann haben wir JSTOR, ja stimmt. Ist schon nicht schlecht, aber das ist noch verbesserungsfähig, würde ich sagen. Also wenn das ginge. Ich stelle mir das kompliziert vor, aber vielleicht ist es ja gar nicht so. Eigentlich hatte ich mal gehofft, diese EZB-Sache mit dieser Ampel wäre so das Perfekte, ne. Das man dann die Sache hat, die eigentlich alles andere drin hat. Aber das ist ja wohl doch nicht so. Ansonsten, wie gesagt, (.) viele Dinge, die vielleicht einer braucht, der die WiWiDok nicht kennt, der wirklich erstmal wo steht mein Kram. Ich weiß jetzt wo die Statistik-Bücher stehen. Ich kenne mich auch mit dem Signaturchaos inzwischen aus, da sind die Signaturen aus der alten Statistik-Bibliothek, die von der WiWiDok. Und das weiß ich natürlich alles und insofern bin ich schon ziemlich gut informiert. Aber jemand, der es nicht ist, für den ist das erst einmal hier der Beginn. Da hab ich so alles in allem schon das Gefühl, die Seite ist ganz gut gemacht. Die Schlagworte, die auf der ersten Seite sind, die gefallen mir. Das sieht vernünftig aus, ja. Wo finden Sie uns überhaupt usw. , das alles in allem denke ich ist keine wirklich keine schlechte Seite. Und für jemanden, wie mich, habe ich so das Gefühl, es ist nicht so sehr die Internetseite der WiWiDok, die mir manchmal das Leben schwer macht. Das ist erst wenn ich dann reingehe, dann wird es komplizierter. A1 #00:17:53-32#

AB: (unv., Kameraaufzeichnung beginnt zu spät) Zeitschriften noch eine Weile bleiben. Gibt es dazu noch etwas zu ergänzen, aus Ihrer Sicht? A2 #00:00:00-33#

GH: //Sollen wir denn jetzt schon Vorschläge machen oder gibt es da eine Struktur// A2 #00:00:09-34#

AB: //Ja. Wir sind ja schon mittendrin. Wir machen das wie es gerade kommt// Ich achte darauf, dass wir alle Themen, die so gefragt sind, im Laufe der Zeit abgehandelt werden. Dann machen wir, denke ich, das jetzt. A2 #00:00:09-35#

GH: Okay. Also was diese Zeitschriften betrifft. Ich habe das irgendwo an der Universität gesehen. Kann das leider nicht genau mehr konstruieren. Da hatten die das halt. Ich weiß nicht, ob das halt in diesem TYPO3-Rahmen überhaupt reinpasst. Da war das nämlich für Studenten anders geregelt. Da war das wie so ein (.) Entscheidungsbaum. Stand da sie suchen ein Buch, eine Zeitschrift oder was auch immer. Zeitschrift und dann welches Jahr, dann hat man das Jahr eingegeben und da waren eben noch so zwei und das ging halt immer so weiter und am Ende stand dann halt, das war jetzt auch nicht ewig lang, am Ende stand halt hier finden sie das, was sie suchen. Das ich halt nicht /. Das war so eine Lösung die da an der Uni irgendwo war. Das man nicht quasi alles durchgucken musste, sondern es gab halt so einen automatisierten Entscheidungsbaum, der anhand mehrerer Parameter, halt Jahr, Zeitschrift, was ist es überhaupt für eine Literaturart und dann wurde halt alles ausgeschlossen und am Ende stand was zu tun ist. Und (.) ja, das wäre eine Möglichkeit, die ich mal so gesehen hatte. Oder eine andere Möglichkeit das man es halt auf die Benutzergruppen /. So wie das (..) jetzt sieht man es nicht mehr. Aber bei dem TU dem TU-Teil der TYPO3 Seite oben dieser Balken genau da gibt es ja sowas *Studieninteressierte, Studierende, Nach dem Studium*. Das habe ich auch schon mal gesehen. Das man das halt die Seite anpasst, je nachdem was man halt will. Wer man jetzt irgendwie Studienanfänger ist, wie CD sagte, dann weiß man nicht in der Regel wo welche Literatur jetzt zu finden ist und welche Zeitschriftendatenbanken evtl. das PDF hat. Wenn ich jetzt wissenschaftlicher Mitarbeiter bin, habe ich andere Ansprüche an die Seite. Also da will ich mich vielleicht, gut wenn ich anfangen, aber später werde ich mich nicht mehr informieren wollen, wo finde ich die WiWiDok und /. Also das die Sachen eine andere Priorität haben, vom Aufbau der Seite. Wo ich die finde. Finde ich die oben, finde ich die unten. Je nach Benutzergruppe. Das wäre vielleicht auch eine Möglichkeit, dass ich direkt am Anfang auswähle, wer bin ich, ne. Student, Studienanfänger, WiMi. Gut, manche Professoren gehen, weiß ich, eh auf der Seite. Also vielleicht auch was für Professoren. CD scheint ja öfter da zu sein. Also das er auch berücksichtigt ist. A2 #00:00:21-36#

CD: Das ist im Prinzip eine gute Idee. Vielleicht aber auch zu kompliziert. Das weiß ich nicht, ob sich das lohnt. (...) Also ich verstehe, was Sie meinen. Mit anderen Buttons und so. Das macht schon Sinn, aber ist vielleicht auch aufwendig und zu kompliziert. A2 #00:02:36-37#

GH: Also ich denke nur, also ich finde die Seite auch gut. Also vieles liegt an TYPO3. Da kann die Universität, die WiWiDok jetzt nicht so viel dafür. Also links halt auch die Kategorien *Über Uns* und so. Das ist ja alles vorgegeben. Also das man das nimmt oder nicht nimmt. Deswegen ist es weiß ich überhaupt nicht, was man da überhaupt anpassen kann. Welche Möglichkeiten es gibt. Ich kann mir nur vorstellen, auch wenn ich es aufgeräumt empfinde, dass gerade so eine Seite eben als Studienanfänger nicht so aufgeräumt empfindet, wenn er da was suchen will das erste Jahr oder so. Bachelor. Keine Ahnung. (...) A2 #00:02:51-38#

AB: Hm. Sollen wir noch einmal kurz zurückgehen zur Startseite und noch mal überlegen ob das was da auf der Startseite ist (..) das ist, was da was sie da erwarten würden zu finden. Ob Sie da oder wir hatten das eine Thema mit dem Benutzerkonto. Das das gut wäre, wenn das gleich auf der //Startseite// A2 #00:03:33-39#

CD: // Sie haben// meine volle Unterstützung. Ich weiß jetzt inzwischen wie ich da hinkomme aber das ist einfach. Braucht man. Man muss immer wieder gucken, was ist im Konto drin. Das ist relativ umständlich. Das fehlt eigentlich hier. Hm. A2 #00:03:53-40#

AB: Fehlt sonst noch etwas aus ihrer Sicht? (..) Oder gibt es hier etwas, was verzichtbar wäre? Im Sinne von das man etwas rausschmeißen sollte vielleicht oder das man dazu nimmt? A2 #00:04:04-41#

CD: Na ja für die (...) ich glaube für die Leute, die doch vor allem die Zeitschriftensuche machen, fehlt hier auch eigentlich der direkte Link. Ich weiß nicht so richtig, was diese RSS-Feeds sind. Wahrscheinlich irgend so eine Modesache, die man gar nicht braucht. Würde ich mal so erwarten. Denn so viel Heißes passiert in der WiWiDok nicht, dass man dann wahrscheinlich irgendwelche neuen News bekommen muss. Das kann man wahrscheinlich wegnehmen, ja. Das ist nicht so. So aufregend ist es in der Bibliothek halt nicht. A2 #00:04:16-42#

GH: Also ich weiß nicht, ob man das nachvollziehen kann, wie viele Leute diesen RSS-Feed überhaupt abonniert haben. Und wenn das wenig sind und man geht davon aus, dass auch nicht alle, das so unbedingt intensiv lesen, wenn das dann über den Ticker kommt. Könnte man analysieren, ob es was bringt. Also ich hab den auch nicht abonniert. A2 #00:04:49-43#

CD: Das kann ich mir einfach nicht vorstellen so richtig. Aber (.) also da ist noch (...) was schön ist, wie gesagt, ist dass das alles aufgeräumt ist und das sollte unbedingt so bleiben und trotzdem ist es. Man sieht dieser Standard von dem TYPO3 das hat was, das zwingt schon einmal alle dazu irgendwie das ganz vernünftig zu machen. Und natürlich kann man das dann auch schlecht nutzen oder gut nutzen. Hier denke ich, ist es eigentlich schon ganz gut gelöst. Wenn ich die

Schlagworte sehe, die da sind, kommt mir das vor, jemand hat da schon mit auch gehaushaltet und hat es nicht überfrachtet. Hat schon im Prinzip erstmal die wichtigen Sachen dahin geschrieben, die mir auch jetzt erst einmal einfielen (...) das ist schon nicht schlecht. Fällt mir jetzt nicht so leicht was ein, was ich so ganz vermisste wirklich wo ich sage /. Außer dem Konto und vielleicht irgend so ein direkter Button hier für die (...) Literatur also für diese Zeitschriftensuche. Und dann im Tieferen dann okay diese Sache ein Interface, um Zeitschriften zu suchen. (6) A2 #00:05:07-44#

EF: Ich finde auch, dass die Seite sehr gut aufgebaut ist. Aber vielleicht nochmal, ich weiß nicht, einmal da haben wir die Nutzer, einmal die Studenten und einmal wir, weil wir mehr über die Bibliothek Bescheid wissen, ja. Jeden Winkel der Bibliothek, wo was ist, ja (.) und vielleicht wird auch einen irgendwo bei den Benutzer /oder *Benutzungshinweisen* vielleicht ein Blatt, wie ein Student vorgehen sollte. Wenn er im OPAC etwas gefunden hat, dann muss er da und da gucken. Also das wäre jetzt so ein /. Ich weiß nicht, ob das bei *Orientierungsplan* da drin ist ist nur der Plan. (...) Ist nur der Plan, ja richtig. Vielleicht dazu noch genau so ein Beispiel exemplarisch wie wir dann im OPAC suchen und wie wir da vorgehen in unserer Bibliothek. Aber das ist etwas, dass in allen Bibliotheken passiert. Also ich bin auch in der FU gewesen und und und in allen möglichen Bibliotheken. Sie haben das Problem. Weiß ich nicht, wo fange ich jetzt hier an. Natürlich ist immer eine Signatur und dann erste Frage „wo steht denn das? Ja, guck mal da hinten und so, ja.“ Und vielleicht da eine Orientierung in der Form, dass die Studenten auch die Erstsemester auch mal verteilt wird. Ja, natürlich gibt es Einführungs (.) tage und Kurse. Das finde ich auch sehr sehr gut. Aber vielleicht für die, die das nicht machen, mal so was verteilen. Und noch mal auf den Umstand die Beschaffung, was sie sagten. Es wäre sehr schön, wenn das auch auf die Seite da kommt. Das man sofort mit einem Klick weiß, was die Benutzer für neue Bücher da haben. Darum geht's in der Bibliothek immer, die Bücher. A2 #00:06:13-45#

CD: Ich weiß nicht, ob sich jemand groß dabei was gedacht hat. Genau mit dem Punkt mit dem *Orientierungsplan*. Das ist genau richtig. Da muss ja eine PDF-Datei kommen. Das nützt mir nichts, wenn ich da eine tolle Grafik auf dem Computer sehe. Ich schlepp ja nicht den Computer mit in die Bibliothek und suche dann das Regal. Das ist genau richtig. Dann kann ich mir die Seite ausdrucken und gehe dahin. Das ist richtig gut gemacht. (lachen) Aber so muss halt jemand denken. Der Nutzer, was will der dann mit der Information anfangen und hier bestimmt in die Hand nehmen und leicht finden. Wie gesagt, da kommt vielleicht einer (lachen) hin, wenn er in der Bibliothek ist, aber die sind dann natürlich nicht mehr so leicht mit der Internetseite zu nutzen. Das ist richtig gut. Das gefällt mir. A2 #00:07:57-46#

AB: Gibt es spezifische Angebote jetzt auf der Webseite, wo sie sagen, die benutze ich nie? Das wäre für mich völlig über/ verzichtbar. A2 #00:08:40-47#

GH: Also ich hab erstmal noch einen Punkt, vielleicht bevor wir das jetzt, der mir noch fehlt. Also was mir persönlich nicht fehlt, aber sie hatten gerade gesagt hier HCE-Hochschulranking (Versprecher, korrekt: CHE-Hochschulranking). Also ist die Frage so ein bisschen, was ist das Ziel der WiWiDok, der Fakultät, der Universität. Wollen wir das für uns gut machen oder wollen wir im Strom mitschwimmen ein bisschen und uns verbessern, was Rankings angeht. Also dann als erstes fehlt mir, das auf Englisch zu machen. Also da (.) also da dreh ich mich im Schlaf noch um, weil ich heute extra noch mal probiert habe, bevor ich das sage, aber da oben ist ja irgendwie auf *Englisch* und das kann man aber nicht anklicken. Weil die Seite nur nicht auf Englisch existiert. Also muss vielleicht nicht ganz übersetzt sein, aber das halte ich auf der Startseite von jeder Institution, das ist ja die WiWiDok in sich genommen irgendwie auch. Das muss man in so einer für sich in Anspruch / (..) zum Teil genommen Weltuniversität auch irgendwie anbieten, ja. Also hier in so einer Hauptstadt und so weiter und so fort. Aber da wird glaube ich jeder zustimmen. Und was gerade angesprochen worden ist, das habe ich mir vorher nicht gedacht, aber das ist glaube ich ein guter Punkt (..) genauso wie CD sagte, ich klicke drauf *Orientierungsplan*. Wenn ich das nicht einrichten kann und ich sage Studienanfänger, wissenschaftliches Personal, das ich vielleicht tatsächlich klick drauf wie gehe ich vor bei der Zeitschriftensuche. Weil also das die Schulung, wie gehe ich in einer Bibliothek vor, wie recherchiere ich, wissenschaftliches Arbeiten ist ja auch ein riesen Defizit. Deswegen haben wir ja mit der Bibliotheksleiterin zusammen bieten jetzt immer so Schulungen an, aber es gibt quasi nichts. Also 90 Prozent der Studenten, Bachelor, die ich frage, haben nie irgendeinen Kurs gemacht. Haben keine Ahnung wie sie Literatur recherchieren. Das machen die zum ersten Mal bei der Bachelorarbeit. Und verständlicherweise ist das denn nicht immer so gut, was da raus kommt. Aber sie wissen es auch nicht besser. Vielleicht kann man da ein bisschen abhelfen, indem man ein kurzes PDF-Dokument auf die erste Seite /. Wenn ich da neu rauf komme *wie suche ich Literatur*. Also knapp gehalten irgendwie nicht jede Feinheit erklären, sonder was sind Suchmaschinen, welche Suchmaschine hab ich, wo finde ich das dann usw. usf. das wäre vielleicht auch noch ein Punkt den man so als Quicklink da reinmachen könnte. Wohingegen was man wegmachen kann sind vielleicht die Sachen, die jetzt nicht bibliotheksspezifisch sind. Also TU-Mailbox (.) muss vielleicht nicht auf der Seite sein. Also da weiß ich auch sonst, wie ich drauf komme. Das ist jetzt ja nicht unbedingt mit der Bibliothek verbunden. Also das man die Seite, wenn es noch was gibt soweit aufräumt, das man nur noch die spezifischen Sachen hat, die (..) wichtig sind. A2 #00:08:53-48#

CD: Ja die Sitemap ist halt noch mal da unten. Das ist ja so im Standard von TU, genau. Ist noch mal da, das könnte man da auch wegnehmen. Wenn wir schon beim aufräumen sind. (lachen) A2 #00:11:46-49#

AB: Kommt da die gleiche Seite, kommt da das gleiche? A2 #00:11:56-50#

CD: Wahrscheinlich, das ist ein (...) ein Link jeweils. (5) Nein ist nicht genau dasselbe. (4) A2 #00:11:59-51#

GH: Das ist die ganze Fakultät. A2 #00:12:15-52#

IH: Ja. A2 #00:12:17-53#

GH: //Was natürlich// A2 #00:12:20-54#

CD: //Ah okay, das ist dann// nur ne WiWiDok-spezifische Sitemap. Das ist ja schon ein bisschen verwirrend, ne. A2 #00:12:20-55#

AB: Hm (zustimmend). A2 #00:12:26-56#

GH: Was dem Aufräumen so ein bisschen entgegenspricht, aber was auch noch diese Rankinggeschichte ist. Also viele Rankings sind ja Befragungen. Also in verschiedenen Statusgruppen, Studenten so wie finden sie das Angebot was weiß ich nicht was. Das ist halt eben die Frage, was überlege ich mir, was die Studenten quasi beeindruckt, ja und was vielleicht aufgeräumt ist. Also das ist so schön aufgeräumt. So was unter *Aktuelles* wenn ich da irgendwie einen Knaller habe oder so, also ich starte immer von Ebsco, also das fand ich super, dass die Bibliotheksleiterin da mal was gemacht hat. Haben viele andere sowieso. Aber das man das halt präsentiert, also Außendarstellung und zeigt auch, was man hat. Das immer noch aufgeräumt zu halten vielleicht irgendwie, aber den Besuchern den Eindruck zu vermitteln, wir haben ein gutes Angebot hier. Was wir vielleicht wissen, wenn wir das nutzen, aber was für jemanden, der das nur sporadisch nutzt, ein Bachelorstudent vielleicht. Wenn der gefragt wird „wie ist die WiWiDok? Joa. Ist okay.“ Aber er würde nicht sagen „also das ist ein Knaller, die WiWiDok.“, ja. Was ich brauche, wenn ich irgendwie nach vorne kommen will im Ranking. A2 #00:12:27-57# (4)

CD: Hm, ja ich würde sagen, da sind andere Dinge, die man auf der Internetseite leider nicht beheben kann, die die WiWiDok entscheidend verbessern.
A2 #00:13:34-58#

GH: Ja deswegen, das ist halt sehr schwer auch zwischen wirklichen Verbesserungen und den / A2 #00:13:44-59#

CD: Das ist natürlich jetzt eine echte Verbesserung für alle wissenschaftlichen Mitarbeiter und alle, die wissenschaftlich arbeiten mit dem Zeitschriften/ mit dem elektronischen Zeitschriftenangebot. Für die Studierenden wäre es natürlich unheimlich wichtig, dass die Räumlichkeiten wahrscheinlich viel besser wären.
A2 #00:13:48-60#

AB: Hm (zustimmend). A2 #00:14:01-61#

CD: Es ist eh umständlich. Man sitzt, Leute marschieren an einem vorbei, man lernt und und und. Es gibt gar nicht so einen richtigen Lesesaal. Irgendwann war ich mit der Bibliotheksleiterin mal bei dem Bauherren der TU. Ich meine da oben da gab's mal Pläne ein Café reinzumachen in dieses Ding. Da könnte man natürlich einen tollen Lesesaal oben reinmachen in den, ich sag mal, Geodätenstand da. Das wäre natürlich was echtes, tolles, ne wo die Leute einen Platz hätten, um ruhig zu arbeiten. So stell ich mir ne Bibliothek vor und so sitzen die Leute da und dann marschieren die. Natürlich gucken die dauernd hoch, wenn da einer vorbei marschiert. Das ist und das sind natürlich wirklich echte Schwächen, ne. Das, ja.

A2 #00:14:02-62#

AB: Klar. A2 #00:14:41-63#

EF: Also man hatte damals so gemacht, das zum Beispiel die erste Tür vorne und die letzte hinten auf sind, so dass ich denn wenn sie nach hinten wollten zu Statistik, dass die durch den Bestand gehen. A2 #00:14:42-64#

CD: Ja. A2 #00:14:54-65#

EF: Das wäre so eine Möglichkeit, um sagen wir kurzfristig das zu beheben.

A2 #00:14:57-66#

CD: Die Räumlichkeitsanordnung ist sowieso nicht gut. Ja, das geht so und dann geht es so. Umständlich organisiert mit dem komischen Runddings. Das (...) Ja, ja. A2 #00:14:59-67#

AB: Ich würde lieber wieder auf das Thema Webseite zurückkommen. Weil das sind sicherlich auch ganz wichtige Punkte, die wir auch mal nochmal besprechen könnten, ob man da Verbesserungen herbeiführen kann, aber heute sollten wir uns hier auf das Thema Webseite hier konzentrieren (...) Wir (.) waren beim Thema was ist verzichtbar, was fehlt. Haben wir das jetzt erschöpfend /.

A2 #00:15:10-68#

CD: Erschöpfend aus der Sicht von Leuten wie uns.(lachen) A2 #00:15:39-69#

AB: (...) Kennen Sie kennen sicherlich alle Angebote, die jetzt diese Webseite bietet. Oder gibt es Angebote, wo sie sagen da bin ich noch nie hingegangen, das interessiert mich nicht, das /. A2 #00:15:46-70#

CD: Ich denke nicht, dass ich alles kenne. Das würde ich bestimmt/. Ich würde mich bestimmt /. Wäre ich überrascht. Aber ich habe so das Gefühl, wenn ich mal so durchgegangen bin, es ist alles da. Das ist ja auch wichtig, ne. Man muss auch einfach Sachen dokumentieren. Wie gesagt irgendwelche Regeln und Benutzungshinweise. Es gibt wirklich hier viel. Wenn man tiefer gehen will, ist auch

was dahinter. Es ist erstmal ein aufgeräumter Beginn. Und es gibt auch eine Tiefe. Das muss ja auch so sein, ne. (...) Insofern habe ich den Eindruck ich bin ja da nie und hab jetzt nie rumgesurft, was denn die WiWiDok so alles auf ihrer Internetseite hat. Mir schien es so, wenn ich mal irgendwo hingegangen bin, da war auch was dahinter. Ja da könnte man noch weiter gehen. Da kam auch was. A2 #00:16:02-71#

AB: Haben wir aus Ihrer Sicht das Thema Navigationsverhalten schon tief genug behandelt? A2 #00:16:52-72#

IH: (4) Na ja. Könnte man schon noch mal nachfragen. A2 #00:17:02-73#

CD: Was mir manchmal bei den TU-Seiten aufgefallen ist, das ist vielleicht noch was anderes. Wenn ich mal versucht hab da oben dieses *Suchen nach* zu benutzen, da geht's glaub ich wenn man hochfährt da oben immer so was, dass man irgendwie /. Ich hätte das dann so interpretiert, wenn ich da oben dieses Feld benutze A2 #00:17:06-74#

EF: //Oben rechts// A2 #00:17:25-75#

IH: //Ganz rechts oben// A2 #00:17:25-76#

CD: rechts oben und ich suche was, das ist vielleicht auch eine sehr effiziente Art, das zu finden. Da findet im Hintergrund Google begrenzt statt auf diesen Seiten. Irgendwie so was. Das hat aber nicht immer so gut funktioniert, muss ich sagen. Das ist vielleicht auch noch mal, weiß ich nicht, da könnte man ja theoretisch sich vorstellen, man nutzt sehr effektiv eine bestehende Technologie, die hervorragende Suchmaschine von Google und gibt jemand da die Möglichkeit etwas zu finden. Dabei da hab ich nicht so gute Erfahrungen mit gemacht, seitdem hab ich das immer gelassen. Und ich bin mir auch gar nicht so sicher, ob das immer so richtig spezifisch ist. Wenn jetzt da oben einer was reinhaut, keine Ahnung wo da wirklich gesucht wird. Nur auf den WiWiDok-Seiten, vielleicht auch sonst wo. Ich weiß es nicht. A2 #00:17:26-77#

AB: Ich denke mal auf den TU-Seiten. A2 #00:18:03-78#

EF: Das ist die TU gesamt. A2 #00:18:05-79#

CD: Ja, genau. Und das das ist natürlich so was, was wenn ich so an Nutzerverhalten denke. Ich so die meisten meine Kinder kennen Google. Das ist so das Übliche wie man sucht. Ne, man an diesen Balken, gibt was ein und es kommt was. Das ist noch ne Möglichkeit vielleicht auch Leuten, die vielleicht noch mal was Tieferes suchen, die Möglichkeit zu geben, ohne sich durchzuklicken an ihre Information ranzukommen. A2 #00:18:08-80#

AB: (6) Wie also sie recherchieren häufig /. Sie suchen sehr direkt nach einem bestimmten Buch, machen das über Google. A2 #00:18:40-81#

CD: Also hier bei der WiWiDok hab ich ja unseren Bestand. Da gehe ich auf den *Online-Katalog* und das da bringt mich die WiWiDok-Seite sofort hin. Das gefällt mir. Das ist wirklich so sehr gut. Wie gesagt innerhalb von dem Katalog, wie ich dann was finde, wie ich dann nachvollziehen kann, wo das steht und wie die Signatur genau ist, da könnte man auch was verbessern. Aber das ist ja nicht mehr in den Händen der WiWiDok. A2 #00:18:48-82#

AB: Nutzen Sie eher die *Quicklinks*, wenn sie was suchen oder gehen sie über einen bestimmten Weg auf der Seite um zu bestimmten Informationen zu kommen? Welche Strategie verwenden Sie? A2 #00:19:13-83#

EF: Also ich gehe auf die *Literatursuche*. Weil wenn man da draufklickt hat man alle Möglichkeiten im OPAC. Und dann klicke ich den. Richtig. Und das gefällt mir auch, das auch auf der Linkseite, d. h. links, das da auch die einzelnen Bereiche da (.) gegliedert sind und kann man dann /. Und mir gefällt es auch, dass auch da Erklärungen sind, was man da so findet und auch wenn man weiter klickt bei der Datenbank da findet man das und das den Volltext da findet man das und das so also das A2 #00:19:25-84#

die Literatursuche oder dann OPAC oder was ich dann auch möchte. Also das finde ich gut. A3 #00:00:00-85#

AB: Sie gehen direkt über den /. A3 #00:00:08-86#

GH: Ja, wenn ich da bin geh ich auch über *Literatursuche*. Ich bin da jetzt nicht vom Fachgebiet, aber meine (..) mein Gefühl sagt mir, dass ich, aber das ist wieder nur begrenzt veränderbar, wenn ich erstmal draufkommen suche ich eher oben links, als unten rechts in der Ecke. Also die *Quicklinks* sollen ja eben einfach *Online-Katalog*. Aber ich denke, das es Untersuchungen geben wird, das die Augen und so erstmal da oben links gucken anstatt da unten rechts. Ich weiß nicht, in wie weit man das verändern kann. Das man so einen *Quicklink Online-Katalog* oder *Orientierungsplan* anders platziert, das er als erstes ins Auge fällt. So dass ich da schon zurechtkommen würde und mich nicht durch das zwar aufgeräumte, aber dem doch umfangreicheren Menü suchen muss. Die *Quicklinks* müssen von der Ergonomie her, Online-Ergonomie oder wie auch immer man das nennt, an eine andere Stelle eigentlich (..) weil ich da nicht suche, unten rechts. A3 #00:00:10-87#

EF: Das wäre dann die *Online-Katalog* dazu. Alles andere sage ich mal das ist dann sage ich mal *Öffnungszeiten* oder *Sitemap* oder *Mailbox*, *Universitätsbibliothek* das ist dann so zweitrangig. A3 #00:01:09-88#

GH: Ja man muss die Studenten vielleicht noch mal fragen, was die vielleicht gibt's ja Studenten die gesagt haben, ich „als ich da rauf geklickt habe hab ich den *Orientierungsplan* erstmal gesucht, weil ich wissen wollte, wo steht das.“ Also wenn man das auswertet an den Nutzergruppen, was braucht ihr und die Top drei Sachen müssten eigentlich irgendwie als aller erstes, wenn man auf die Seite guckt, zu sehen sein. A3 #00:01:24-89#

EF: Ja vielleicht auch mal (unv., Aussprache sehr undeutlich) auf die linke Seite. A3 #00:01:45-90#

AB: Ich nutze ja diese ganzen Seiten für Literatursuche eher selten. *Online-Katalog*, nur für mein Verständnis ist der Online-Katalog der TU? A3 #00:01:50-91#

CD: //Genau.// A3 #00:01:56-92#

EF: //Ja.// A3 #00:01:56-93#

GH: //Ja.// A3 #00:01:56-94#

AB: Die anderen die *Quicklinks* hier verweisen auf alle möglichen Recherchemöglichkeiten in der der *Online-Katalog* mit drin ist, oder nicht. Oder ist das nicht mit drin ist? A3 #00:01:57-95#

GH: Na, da sind alle. Wenn Sie gesamt suchen die in der TU sind. Das unterscheidet sich nach der Nutzergruppe. Also weil ich zwar auch Lehrveranstaltungen habe, aber die nicht so immer neu irgendwas einbauen muss. Also ich suche das, und das will ich haben. Ob das an der TU ist oder sonst wo. Deswegen suche ich zum Beispiel *gesamt* und gehe nicht über den TU-Katalog, ne. Meistens will ich was zitieren und komme was wolle ich will jetzt das Buch beschafft haben. Ob das nun an der TU steht oder nicht und im besten Fall gebe ich das irgendjemand und sage: „Besorg mir das.“ A3 #00:02:08-96#

AB: Sie kennen sich aus. Sie wissen, dass sie da oder da suchen müssen. Würde das aus Ihrer Sicht für die Studierenden auch zutreffen? Oder würden die wär das so was für die // den Hinweis wie suche ich//. A3 #00:02:41-97#

GH: //Nein, die wissen das nicht.// Die wissen das hundertprozentig nicht, wie sie anfangen. Also die haben null Grundwissen, was Literatursuche angeht. (..) Und es gibt ja nicht es gibt ja in der Orientierungswoche oder was immer wie immer das heißt gibt es ja nicht institutionalisiert eine Kurzschulung oder Einführung in die Bibliothek für alle Studenten, die neu anfangen. Es gibt alles Mögliche, aber das lernen sie nicht automatisch. (...) A3 #00:02:50-98#

AB: Sollen wir jetzt mal den Break machen? Wir bräuchten jetzt eine zehn Minuten Pause. A3 #00:03:21-99#

CD: (unv., Aufzeichnung beginnt zu spät, befindet sich auf der UB-Seite der FU Berlin) ein Kasten, ein Balken mit einer Primo-Schnellsuche. Ich weiß nicht, was es ist, aber es wird hier versprochen, dass man ein ganz neues Sucherlebnis hat. (lachen) Ich weiß jetzt nicht so richtig, was das jetzt bedeutet, aber die haben jedenfalls das gemacht, das die wirklich ein Balken da auf die erste Seite /. Man muss wirklich auf die Startseite der Bibliothek gehen und da ist eben die Primo. Ich hab jetzt keinen Schimmer, ob Primo so das Wunsch unserer also so das ist was wir wollen. Man gibt irgendwas ein und man kriegt /. A4 #00:00:00-100#

AB: Wollen wir mal ausprobieren, haben Sie mal ein Thema was man eingeben könnte, ein Buch oder /. A4 #00:00:40-101#

CD: Können wir gern. Bootstrap. Bootstrap ist so eine statistische Art
A4 #00:00:47-102#

RH: So? A4 #00:00:51-103#

CD: Ja genau. Wunderbar. Da kommt Bootstrap. Kommt ein (4) da kommt als erstes ein Journal Artikel. Das ist ja interessant von The Annals of Statistics. Das ist eine sehr gute Zeitschrift, aber dann kommt etwas völlig abgefahrenes. Irgendwas Fachspezifisches aus der Biologie, (..) dann kommt was philosophisches The art of learning from experience. A4 #00:00:52-104#

GH: Also da kommt es scheinbar beim Text vor. Das ist ja schon das was Sie meinen statistical tool called bootstrap. A4 #00:01:20-105#

CD: Also so toll erscheint mir dieses Suchergebnis jetzt auf den ersten Blick nicht zu sein. Aber (..) hab ich das Gefühl, da kommt vieles, was ich gar nicht will. A4 #00:01:25-106#

AB: (lachen) Okay. Aber ist ja auch mal ganz guter Hinweis woanders zu gucken, wie denn so was vermarktet wird. A4 #00:01:35-107#

CD: Ja. Ich meine die FU ist da natürlich ganz klar unter den Berliner Unis sowie so natürlich eine Klasse für sich, ne. Die haben da das geschafft ein Image auch von sich zu errichten an vielen Fronten. Das ist da. (..) A4 #00:01:43-108#

AB: Okay. Ich habe jetzt eben in der Pause mit RH und IH gesprochen, dass wir da noch einmal ganz kurz auf eine inhaltliche Sache auf der Webseite gehen. Und zwar zu so Links wie *Jobs*, *Praktika*. Die dann wieder auf externe Seiten verweisen. Also die nicht jetzt (..) spezifisch in der WiWiDok sind. Halten Sie so was für sinnvoll oder ist so was überflüssig? (5) A4 #00:02:00-109#

xx

EF: Das ist eigentlich ein Link der Fakultät. Das könnte man da einbringen.
A4 #00:02:32-110#

CD: Ich kann mir kaum vorstellen, dass so was jemand auf der WiWiDok-Seite erwartet und damit auch richtig nutzt und dann müsste es denn wohl entfernt werden. Hätte ich da hätte ich da nie erwartet. A4 #00:02:40-111#

GH: Ich auch nicht. Das gibt's auch überall so ein bisschen. Im WiWi Forum sind ein paar Angebote, da sind ein paar Angebote, Lehrstühle haben Angebote. Das liegt wahrscheinlich, vermutlich, daran, dass die da ihre Mailings rausschicken und die WiWiDok kriegt eben auch ein Mailing und wenn man sich jetzt überlegt, na wo setzen wir das jetzt hin? Machen wir so ne Rubrik *Jobs, Praktika*. Dann brauchen wir die nicht enttäuschen, werden die unterstützen, was die Studenten suchen. Aber, wie CD sagte, also ich hätte es auch nicht erwartet. Ich hab das auch nie angeklickt und suche auch kein Praktikum. Aber (...) ist jetzt auch wahrscheinlich die Frage, wie viel Studenten da tatsächlich draufklicken und dann aktiv davon was verfolgen. Da werden sie wahrscheinlich wenn sie was suchen doch über Suchmaschine für Praktika gehen und nicht /. Es sei denn es wäre jetzt Praktika für Bibliotheksmanagement oder was man da macht. Aber das scheint es ja nicht zu sein. A4 #00:02:56-112#

CD: Oder wenn schon, dann die Jobs an der Ausleihe, ne. Als Student oder Studentin ich will da mitmachen. Das würde ich da eher erwarten, dass die WiWiDok da ihre Angebote öffentlich macht. A4 #00:03:54-113#

EF: Studenten für Studenten. A4 #00:04:10-114#

AB: Okay. A4 #00:04:12-115#

CD: Hätte ich wirklich gedacht. Jobs, Praktika sind WiWiDok-Jobs. Hm Praktika.
A4 #00:04:14-116#

AB: Okay. Dann (..) ich denke wir müssen jetzt auch nicht die ganzen zwei Stunden ausschöpfen. Aber wir haben noch ein großes Thema unter dem Stichwort Erwartungen an den neuen Webauftritt. Sie hatten aus ihrer Sicht schon Vorschläge gemacht. (..) Und auch in ihren Beiträgen war schon was dabei. Jetzt gibt's ja noch mal eine ganz spezifische Themen, die sich mit den ganzen Moden beschäftigen, wie sie es bezeichnet haben CD. Auftritt der Bibliothek auf Facebook, auf Google+, Dienste aus dem Bereich Web 0.2 (Versprecher, korrekt: Web 2.0). Wünschen Sie sich so was für den Auftritt der WiWiDok? Halten Sie das für sinnvoll, wichtig. Sollte da was passieren? Und wenn ja, was und wie? A4 #00:04:22-117#

CD: Also da kann ich bin nicht bei Facebook. Und vielleicht ist es gut. Ja das will ich auch nicht unterschätzen, vielleicht ist es die Art wie viele Leute (..)

A4 #00:05:16-118#

EF: Kommunizieren. A4 #00:05:26-119#

CD: kommunizieren, genau. Und man auf der einen Seite weiß ich auch nicht wieder, wie viel Aufwand man da betreiben muss, um das effektiv zu machen usw. Aber da kann ich wirklich nichts zu sagen. A4 #00:05:27-120#

EF: Ich bin auch kein Facebook-Nutzer. Ich also für für Unternehmen usw. weil da natürlich Millionen von Menschen. Da ist das gut. Sollte das schon. Ich hab nichts gelesen über die TU-Seiten diese Social Media (unv. , undeutliche Aussprache). A4 #00:05:40-121#

GH: Ich bin bei Facebook. Das beste super wäre es hätte ich eben noch Statusmeldung bin in der WiWi-Gruppendiskussion. Hab ich aber nicht gemacht. (lachen) (..) Bin nicht im Thema. Aber auf den ersten Blick fällt mir jetzt keine Anwendung ein aus wo ich jetzt direkt einen Nutzen für die Funktionalität sehe. Also man könnte diese RSS-Feeds, wenn man da Fan ist, das man da Meldung kriegt von WiWiDok neues Statistikbuch eingetroffen oder so. Aber weiß ich nicht. Wenn ich es entscheiden könnte ich würde gezielt nicht alles, aber ich würde da gezielt irgendwas machen auf Facebook. Aber nur aus Marketinggründen, weil das habe ich grade schon klar hoffentlich zum Ausdruck gebracht. Ich finds eben unfair, dass man nicht so wahr genommen wird, wie man ist und deswegen würde ich auch in gewisser Weise versuchen Marketing zu betreiben. Und würde jetzt nicht Facebook und studivz und was weiß ich nicht was. Aber schon gezielt irgendwie den Nutzern vermitteln. Wir sind irgendwie wir haben den Geist der Zeit erkannt. Und wenn es irgendwie einer ist, der bei Facebook Freund ist von der WiWiDok. Na ja gut dann ist es halt einer. Aber so ich denke das wird einfach wahrgenommen, weil alle das haben, ob es gut ist oder nicht. Und die WiWiDok hat's nicht. Also und (..) ich würde es nicht irgendwie Gießkannenprinzip alles was es irgendwie im Web 2.0 gibt. Aber ich würde auch nicht den Eindruck vermitteln, als hinke ich da irgendwie hinterher. A4 #00:06:07-122#

AB: (5) Vermutlich wäre das eine Frage jetzt auch für die Studierenden, als Zielgruppe mehr sowohl von dem Nutzerverhalten auch der Statusgruppe und der Altersgruppe auch, denke ich mal. A4 #00:07:48-123#

GH: Also ich denke mal, wenn es das Facebook jetzt als Beispiel gäbe und ich würde das mitkriegen. Also wäre da irgendwie drauf. Dann würde ich intuitiv da klicken *I like* oder *Fan* oder was weiß ich. Weil ich jetzt sage, okay das ist meine Universität. Ich identifizier mich damit. Das ist meine WiWiDok. Warum soll ich da nicht Fan von werden. Ich hätte da jetzt keinen Nutzen davon, aber ich würde das unterstützen in dem Sinne. Einfach dieses zum Ausdruck zu bringen, ne. Ich will nicht Amerika hier installieren, aber ich will zeigen, ich gehör dazu. Also (..) das ist meine Bibliothek. A4 ##00:08:02-124#

AB: (..) Und würden Sie Angebot einer mobilen Webseite für Smartphones nutzen? Von der WiWiDok? Oder wäre das für sie auch nicht (..) nötig, weil sie ja ihren Arbeitsplatz haben und von da aus eher recherchieren. (5)
A4 ##00:08:39-125#

GH: Also ich recherchiere von überall. Also ich sitze irgendwie im Café und suche Literatur, ich sitze mit meinem Laptop zu Hause und suche Literatur raus. Nur ich brauch jetzt ich bräuchte kein mobiles Angebot, weil ich mit dem Laptop arbeite. Würde ich jetzt auch sagen, dass die meisten meiner Kollegen jetzt mit dem Laptop arbeiten und nicht mit einem Smartphone. Auch die Studenten. Subjektiv hat fast jeder irgendwie so ein Netbook. Also wenn die da draußen sitzen und da braucht man eigentlich keine mobile Seite.
A4 #00:08:55-126#

CD: Glaube nicht, dass das eine ernsthafte (unv.) also ich hab jetzt auch kein Smartphone, ja. Vielleicht unterschätze ich das, aber /. Natürlich vielleicht so rauskriegen, wie lange die WiWiDok geöffnet hat. Vielleicht ist man irgendwo und will wissen kann ich da jetzt noch hin. Okay. Ich hätte jetzt angenommen, wenn ich die Seite da angucke, dann finde dann kann ich das auf dem Smartphone auch okay dargestellt oder ist das nicht so? A4 #00:09:27-127#

GH: Können Sie das kurz mal öffnen oder? A4 #00:09:54-128#

RH: Ich glaube, das geht nicht. A4 #00:09:57-129#

GH: (7) Ist halt eine komprimierte /. Ach hier Primo. Hat das vielleicht was damit was zu tun? A4 #00:10:07-130#

CD: Denkbar. (5) A4 #00:10:12-131#

GH: Öffnungszeiten. A4 #00:10:19-132#

CD: (unv., spricht zu leise) (15) A4 #00:10:22-133#

GH: Ja, Öffnungszeiten. Finde ich schon gut. Also irgendwie hab ich das jetzt nicht gesehen. Das fehlt tatsächlich. A4 #00:10:39-134#

CD: Was ist denn wenn man diese Seite jetzt genau diese URL im Browser in so einem Smartphone aufruft. Ich hab keins, deshalb weiß ich nicht. Das ist einfach nicht dann, das dauert zu lange bis die. A4 #00:10:44-135#

GH: Zu lange und ist dann schlecht anzugucken, weil die /. A4 #00:10:54-136#

CD: Nicht gut formatiert ist. A4 #00:10:58-137#

GH: Bereiche nicht gut formatiert ist. Die Links erscheinen ja alle sehr klein. Sie müssen zwar größer, um draufzuklicken. A4 #00:10:59-138#

CD: Also man müsste dann eine abgespeckte Seite machen? Okay. Und so was kann man sich vorstellen. Ich weiß nicht, ob man da irgendwie /. Also früher, als ich noch an der Humboldt-Uni war, da hatten wir immer Leute die da schon unheimlich pfiffig waren, diese Auswertungen zu machen, was angeklickt wurde. Wie lang die Leute da blieben. Ich weiß nicht. Natürlich ist auch immer Angebot schafft auch Nachfrage. Aber wenn es eine schlechte (lacht) mobile Seite hat, dann kommt auch keiner auf die Idee, aber (...) das könnte man sich vorstellen dass man da natürlich so ein abgespecktes Angebot macht dass jetzt so diese Grundsachen hat. Eine davon ist bestimmt lohnt sich's für mich jetzt noch zur WiWiDok zu gehen. A4 #00:11:09-139#

EF: Ich meine letztendlich ist ja der Bestand der Bücher, ja um jetzt in die Bibliothek zu gehen. Der wird einmal kommen. Schöne Seite, alles gut. Da wird einer kommen und wenn der Bestand der Bücher nicht gut ist, dann kommt der nicht mehr. Und da haben wir wohl die Studenten, dass wir die Bücher in den Bereichen in unserem Büro, die bei uns an der Fakultät nicht angeboten werden, (...) zum Beispiel wir haben ja auch nicht alle (unv.) das ist natürlich je nach Fachgebiete, welche Professoren wir da haben. Kannst du dann wählen natürlich ob du da dementsprechend ausgestattet bist. Also der Bücher- oder Medienbestand ist da von Entscheidung als Bibliothek. (...) A4 #00:11:55-140#

AB: Gibt es noch was? Was sie für ganz wichtig halten? Was man noch beachten sollte bei der Webseite? A4 #00:12:48-141#

EF: Von meiner Seite war da so der erste Eindruck, weil ich da oft in die WiWiDok-Seiten rein gehe und das waren so meine ersten Vorschläge. Natürlich kann man jetzt wenn etwas noch gemacht wird noch intensiver noch mit der Zeit. Aber vielleicht noch /. Aber doch nicht so viel muss man auch nicht machen. Also auch weniger ist manchmal besser. Ergonomisch muss dass sein, das heißt ganz schnell muss man das finden, was man will. Ich finde, das ist immer das Beste. Ergonomie. A4 #00:12:57-142#

CD: Ich hab auch keinen Punkt mehr. Für mein Gefühl ist die es gibt in der WiWiDok viel größere Probleme als die Internetseite. (...) Die ist schon ganz gut. Kann man wirklich noch verbessern. Sind ja ein paar gute Punkte noch raus gekommen. Aber in der WiWiDok kann man viel mehr /. A4 #00:13:29-143#

GH: Also vielleicht, wenn das möglich ist, ich weiß ja nicht wie das mit den Kosten auch alles verbunden ist, das wirklich mal zu analysieren, wie geklickt wird. Also was nützlich ist und was nicht. Also im Zusammenhang mit dem TYPO3-Design. Also es gibt hier schon noch mehrere Sachen. Ich weiß nicht, haben Sie schon mal zum Beispiel den Direktzugang hab ich jetzt auch noch nie benutzt?

A4 #00:13:50-144#

EF: Hab ich nur für drei vier Stellen. Das ist natürlich sehr gut. Notiert einmal die Nummer, ja und dann die Unterlagen will man die tubit eine Stelle für TYPO3 zum Beispiel dann kann ich direkt auf diese Nummer gehen und habe sofort Information ohne den ganzen Baum da zu suchen. A4 #00:14:11-145#

GH: Also solche Sachen halt zu testen halt dann // rauszufinden//.
A4 #00:14:31-146#

EF: Aber für // (unv., mehrere sprechen) da geht das. Das ist so eine Plug-In glaube ich in TYPO3 und das geht, das kann man installieren. Das ist nicht schlimm.
A4 #00:14:35-147#

CD: Also unter Auswertung hätte ich jetzt gedacht in so einem System, das ist schon da vorgesehen, dass da Statistiken stehen. Hätte ich mir gedacht. Also so standardmäßig. A4 #00:14:46-148#

AB: Das gibt es auch. Aber ich weiß nicht wie viel das für das Navigationsverhalten hergeben. A4 #00:14:58-149#

CD: Na ja ich denke hier wird man schon ich hätte jetzt nicht davon geträumt aber das man schon sieht, wie viel von diesen *Quicklinks*, welche der *Quicklinks* wie oft angeklickt werden (4) Ich meine es ist vielleicht auch ein bisschen komplizierter, aber wenn man da da hätte man ja vielleicht auch auf (..) na ja (..) das würde man ja hoffen aus so einem System rauszubekommen usw. Da ist irgend so was, das was Leute oft suchen und sie kriegen es aber erst nach drei Klicks und hier haben wir was, was ganz selten angeklickt wird. Und dann muss das hier hin und das andere weg. So wär so der Traum. Aber inwiefern das wirklich da rauszuholen ist. Wie schnell es geht, das weiß ich jetzt nicht. A4 #00:15:06-150#

IH: Na das Problem ist es gibt eine Statistik von der gesamten Fakultätsseite und nur die hundert meistgeklickten Punkte. Und wenn von der WiWiDok jetzt nur fünfmal was in den Top einhundert drin ist, erscheint's. Alles andere nicht. Jetzt wissen wir nicht, ist es auf Platz 101 oder ist es wird es nie benutzt wird es /. Ja das ist halt die Schwierigkeit. (...) A4 #00:15:49-151#

CD: Das ist halt ein bisschen schade. Weil man hier natürlich ein System hat, mit dem ich was erfassen könnte. Eigentlich völlig routinemäßig was erfassen könnte. Während es sonst ja oft unheimlich schwer ist. Fragt man sich immer bei der Bibliothek, was ist das Nutzerverhalten, was wünschen die Nutzer. Hier hätte man halt auch eine Möglichkeit, was zu lernen, darüber was die Leute anklicken.
A4 #00:16:15-152#

AB: Dann hab ich noch einen wichtigen Punkt vergessen abzufragen. Also was Sie noch interessieren würde so jetzt speziell? (...) A4 #00:16:38-153#

RH: Ist eigentlich alles abgedeckt soweit. A4 #00:16:48-154#

AB: Gut dann herzlichen Dank Ihnen, dass Sie sich zur Verfügung gestellt haben. A4 #00:16:53-155#

D) Codierungstabelle für die Auswertung der Transkription

TN: Teilnehmer

Nr: Zeitmarkennummer: Bsp: A1 00:02:40-3

<i>Frage/ Thema</i>	<i>TN</i>	<i>Nr.</i>	<i>Paraphrase</i>	<i>Generali- sierung</i>	<i>Reduktion</i>
Wofür wird die Webseite genutzt, was gefällt und welche Funktionen gefallen besonders gut?	CD	2	Sehr zufrieden	Zufrieden mit dem Webauftritt	Besonders <u>gut am Webauftritt ist:</u>
	CD	22	aufgeräumte Seite gefällt sehr gut, Online-Katalog mehr für Literatur im Bereich Lehre, sonst Google, Typo 3 Design ist ganz clever	gut strukturierte Seite durch Typo 3, Literaturrecherche für Lehre im OPAC, sonst Nutzung von Google	-Strukturierung durch Verwendung von TYPO 3 -der OPAC, weil er gute Ergebnisse und Sucheinstiege liefert
	EF	3	Über Link Online-Katalog sofort in OPAC, über Datenbanken und Zeitschriften viele Artikel finden, sehr gut	Der Link Online-Katalog bietet gute Sucheinstiege, gute Recherchemöglichkeiten in Datenbanken und Zeitschriften	-das Angebot diverser Datenbanken und Zeitschriften zur Recherche -dass es Erklärungen zu den Literaturrechercheangeboten gibt
	EF	12	sofort den OPAC Bestand überprüfen, Standort, Signatur	OPAC liefert sofort notwendige Informationen	-dass Informationen auch praktisch verwendet werden können (Ausdruck von PDF-Dateien)
	GH	5	Ich nutze die WiWiDok Seite selten, mache viel Literaturrecherche direkt über Ebsco, weil viele Artikel sofort als pdf verfügbar sind	Seltene Nutzung der WiWiDok Seite, Literatursuche über Ebsco ist effektiver	
	CD	46	Mit dem Punkt Orientierungsplan, das ist richtig, da	Informationen auch weiter verwenden, PDF-	

			muss eine PDF kommen, dann kann ich mir das ausdrucken und gehe in die Bibliothek, das gefällt mir	Dateien haben richtiges Format für diesen Zweck	<u>Seltene Nutzung der Webseite, da:</u> -Recherche über Ebsco effektiver ist
	EF	84	die Literatursuche: mir gefällt es, das da Erklärungen sind	Recherchemöglichkeiten sind gut erklärt	
Welche Funktionen der Startseite werden bevorzugt?	CD	2	Insbesondere der Button Online-Katalog	Literatursuche über den Quicklink	<u>Bevorzugte Funktionen der Startseite:</u> Literatursuche wird sowohl über die Hauptnavigation, als auch über die Quicklinks ausgeführt
	GH	11	Nur Literatursuche, aber nicht über Quicklink Online Katalog, sondern dann was ich benötigte EZB; Aktuelles lese ich nicht	Literatursuche über Hauptnavigation	-der Direktzugang ist ein sehr gutes Angebot, um gezielt zu einer bestimmten Information zu gelangen
	EF	145	Direktzugang ist sehr gut, benutze ich für einige Stellen, gebe die Nummer ein und habe sofort die gesuchte Seite und muss nicht über die Baumsuche gehen	Direktzugang ist eine sehr effiziente Suchmöglichkeit, wenn man die Nummer hat	
Haben Sie Verbesserungsvorschläge für die Webseite?	EF	14	Das man auf das Konto kommt – sollte ein Button sein mit dem Konto; einen Link noch mal auf der linken oder rechten Seite mit Büchern, die in der Aufsicht sind	Button zum Benutzerkonto auf der Startseite; Übersicht aller nicht ausleihbaren Bücher mit dem Standort Auf-sichtsplatz	<u>Wünsche für zukünftige Webseite:</u> -direkter Zugang zum Benutzerkonto auf der Startseite

	EF	16	Neubeschaffungen nach Fächern, das ich sehe das gibt es neues; Liste welche Signatur welcher Regalstandort	Neuerwerbungsliste nach Fächern gegliedert auf Webseite; Liste mit Übersicht Regalstandorte und zugehörigen Signaturen	-digitale Übersicht aller Bücher des Aufsichtsplatzes als Link entweder über Hauptnavigation oder über die Quicklinks - Serviceangebote erweitern mit Neuerwerbungsliste und Übersicht über Regalstandorte mit zugehörigen Signaturen,
	EF	18	Die häufig verwendeten Zeitschriften als extra Link, anstelle über Elektronische Zeitschriften und dann Suche A-Z; Bei Personal einen Link mit den studentischen Mitarbeitern, dass man weiß ich habe mit dem und dem gesprochen	Direkter Zugang zu den am häufigsten verwendeten Zeitschriften; „studentische Mitarbeiter“ personalisieren und auf Webseite vorstellen	-direkter Zugang zu den am meisten verwendeten Zeitschriften auf der Startseite
	CD	24, 26	ich suche eine Zeitschrift und die will ich dann haben, bietet dem Nutzer eine Schnittstelle mit der man automatisch alles findet	eine Recherchemöglichkeit anbieten, die alle Quellen absucht	-studentisches Personal namentlich auf der Webseite präsentieren -ein Suchportal für den Nutzer, das alle Quellen absucht
	GH	36	Entscheidungsbaum: Suche nach Buch, Zeitschrift usw.; Das man auf die Benutzergruppen die Seite anpasst, man wählt aus wer bin: Student, Studienanfänger WiMi	Diverse Einstiegsmöglichkeiten: entweder als Baumstruktur nach Literaturart suchen oder unterschiedliche Zugänge für einzelne Benutzergruppen anbieten	-Hilfestellung in Form einer Baumstruktur zur Literatursuche, evtl. ein Beispiel zur Vorgehensweise im OPAC bereitstellen als Quicklink
	EF	45	so ein Beispiel exemplarisch, wie wir im OPAC suchen	Bereitstellung eines Recherchebeispiels	

	GH	48	Fehlt mir das auf Englisch zu machen	Angebot der Webseite auch auf Englisch	<div>-diverse Zugänge einzelner Nutzergruppen anbieten</div> <div>-englischer Webauftritt</div> <div>-Orientierungsplan besser platzieren</div>
	GH	87	<i>Orientierungsplan</i> so platziert, das er ins Auge fällt	Wichtige Infos wie <i>Orientierungsplan</i> besser platzieren	
<p>Was wäre auf der Webseite verzichtbar?</p> <p>Sind Links zu externen Seiten wie Jobs/Praktika sinnvoll?</p>	CD	42	Was diese RSS-Feeds sind, so eine Modesache, die man gar nicht braucht	RSS-Feed für WiWiDok überflüssig	<div><u>Verzichtbar für Webauftritt:</u></div> <div>-analysieren, ob RSS-Feed genutzt wird und Nachfrage tatsächlich besteht, wenn nicht entfernen</div> <div>-TU Mailbox</div> <div><u>Jobs/Praktika zu externen Seiten gehören nicht auf die Webseite, da:</u></div> <div>-es Aufgabe der Fakultät ist</div> <div>-nicht bibliotheksspezifisch ist</div> <div>-es sei denn, es sind Jobangebote der Bibliothek, dann ja</div>
	GH	43	Ob man nachvollziehen kann, wie vielen Feed abonniert haben, analysieren ob es was bringt	Analyse über tatsächliche Nachfrage des RSS Feeds	
	GH	48	Also TU Mailbox muss nicht auf der Seite sein	TU Mailbox ist verzichtbar	
	EF	110	Ist ein Link für die Fakultät	Gehört eigentlich zur Betreuung der Fakultät	
	CD	109	Kann mir nicht vorstellen, dass es jemand auf der WiWiDok Seite erwartet. Sollte wohl entfernt werden	Ist keine Erwartung an eine Bibliotheksseite	
	GH	110	Es sei denn es wäre jetzt Praktika für Bibliotheksmanagement	Angebote von Praktika im bibliothekarischen Bereich denkbar	

	CD	111	Wenn schon, dann die Jobs an der Ausleihe	Nur Jobs der WiWiDok in dieser Rubrik anbieten	
Kennen Sie alle Angebote der Webseite? Welche?	CD	71	Nein nicht alle; Benutzungshinweise;	Nein, aber die üblichen wie <i>Benutzungshinweise</i>	<u>Kenntnis über Angebote:</u>
	CD	74	<i>Suchen nach</i> , aber funktioniert nicht richtig bei TU Seiten	Funktion <i>Suche nach</i> funktioniert nicht richtig	Nicht alle Angebote sind bekannt, aber die bibliotheksspezifischen, wie bspw. <i>Benutzungshinweise</i>
Welche Navigation wird verwendet?	EF	84	Ich gehe auf <i>Literatursuche</i>	Verwendung Pagelevelnavigation	<u>Navigation:</u>
Nutzen Sie die Quicklinks?	EF	3	Über Link Online-Katalog sofort in OPAC	Verwendung Quicklink <i>Online Katalog</i>	Nutzung der Pagelevelnavigation
Welche Funktionen sollten darin vertreten sein?	GH	87	Quicklinks falsch platziert, fallen nicht ins Auge	Quicklinks werden nicht wahr genommen	<u>Verwendung der Quicklinks:</u>
	GH	89	Studentensicht fehlt, TOP 3 ihrer Bedürfnisse müssten da auf jeden Fall rein	Meinung aus Sicht der Studierenden fehlt, TOP 3 der Bedürfnisse sollten vertreten sein	-Nutzung <i>Online-Katalog</i>
	EF	88	Öffnungszeiten, Sitemap, Mailbox oder Unibibliothek ist dann zweitrangig	Informationen, die keine hohe Priorität haben oder schon gut zugänglich sind, nicht in Quicklinks	-kaum, da falsch auf Webseite platziert
					-Studierende dazu befragen und ihre TOP 3 Funktionen als Quicklink einbauen
					-Sitemap, Öffnungszeiten, Unibibliothek und Mailbox aus Quicklinks entfernen

Wünschen Sie sich einen Webauftritt im Bereich Web 2.0 (Facebook, Google+ o. a.)?	CD	118, 120	vielleicht ist es gut auf Facebook, weil es die Art ist, wie viele kommunizieren	über Facebook erreicht man sehr viele Menschen	<u>Präsenz im Web 2.0:</u> -Facebook als Plattform, um viele Menschen zu erreichen -Facebook als Marketingplattform nutzen, um das Image der Bibliothek zu erhöhen -als Chance zu zeigen, dass die Bibliothek der technischen Weiterentwicklung der digitalen Angebote standhalten kann
	GH	122	Fällt mir keine Anwendung ein, die einen Nutzen für die Funktionalität hat; Aus Marketinggründen würde ich gezielt was auf Facebook machen, weil man nicht so wahrgenommen wird, wie man ist und um zu zeigen die WiWiDok hat den Geist der Zeit erkannt; Ich würde gezielt auf ausgewählten Plattformen einen Eindruck vermitteln, dass ich nicht hinterherhinke	Facebook gute Plattform um Marketing für die WiWiDok zu betreiben; WiWiDok kann auf diese Art zeigen, dass sie den Geist der Zeit erkannt hat, wichtige Plattform, um Image zu pflegen und zu verbessern	
Würden Sie das Angebot einer mobilen Webseite für Smartphones nutzen?	GH	126	Ich sitze mit meinem Laptop und suche Literatur, ich bräuchte kein mobiles Angebot; die meisten Kollegen arbeiten auch mit dem Laptop und die Studenten haben subjektiv fast jeder ein Netbook	WiMis, Studenten arbeiten alle überwiegend mit dem Laptop	<u>Angebot einer mobilen Webseite:</u> -nicht nötig, da alle Nutzergruppen (Studis, Profs, WiMis) Laptops benutzen -ist denkbar, wenn die Seite auf die wichtigsten Informationen reduziert ist, wie die Öff-
	CD	127	Vielleicht so rauskriegen, wie lange hat die WiWiDok	Öffnungszeiten auf mobiler Webseite wären gut	

			geöffnet		nungszeiten
	CD	139	Könnte man sich vorstellen, so ein abgespecktes Angebot zu machen, dass diese Grundsachen hat, eine davon ist lohnt es sich noch in die WiWiDok zu gehen	eine mobile Seite, reduziert auf die wichtigsten Angebote, wie z. Bsp. Öffnungszeiten	
Was sollte man noch beachten bei der Webseite?	EF	142	Ergonomie, man muss schnelle finden, was man will	Nutzer muss schnell zur gesuchten Information finden	<u>Webseite ist benutzerfreundlich, wenn:</u>
	EF	18	Ohne dass die Seite wieder überfüllt wird von Informationen	Seite darf nicht überfüllt sein	-Informationen schnell gefunden werden und es nicht zu viele Informationen gibt

E) Videodatei zum Workshop vom 27.09.2011

1 DVD Beilage innerer Rückdeckel.

F) Fragebogen der Online-Umfrage vom 18.10.2011 bis 18.11.2011

Wie ist Ihre Meinung zum Webauftritt der WiWiDok?


Die Umfrage ist Bestandteil einer Masterarbeit des Institutes für Bibliotheks- und Informationswissenschaft der Humboldt-Universität zu Berlin und wird in Kooperation mit der Fachbibliothek Wirtschaft, Statistik & Recht (WiWiDok) der Technischen Universität Berlin durchgeführt.

Liebe Bibliotheksbenutzerin, lieber Bibliotheksbenutzer!


Wir freuen uns, dass Sie an unserer Umfrage teilnehmen möchten. Sie umfasst 14 Fragen, die in ca. 10 Minuten beantwortet werden können. Vielen Dank für Ihre Unterstützung!

Konzept: Ramona Hunkler, B. A. und Isabell Heinitz, B. A.

Ihr WiWiDok-Team



Zwischengespeicherte Umfrage laden
Weiter >>
Umfrage verlassen und löschen



Wie ist Ihre Meinung zum Webauftritt der WiWiDok?

Die Umfrage ist Bestandteil einer Masterarbeit des Institutes für Bibliotheks- und Informationswissenschaft der Humboldt-Universität zu Berlin und wird in Kooperation mit der Fachbibliothek Wirtschaft, Statistik & Recht (WiWiDok) der Technischen Universität Berlin durchgeführt.

Frage 1: Wie zufrieden sind Sie mit der Startseite der Bibliothek?

WiWiDok

Aktuelles

Über uns

Benutzungshinweise


Literatursuche

Service

Sie finden Sie uns

Herzlich willkommen

... auf den Webseiten der WiWiDok: Fachbibliothek Wirtschaft, Recht & Statistik



© WiWiDok

Aktuelles

Studentische Hilfskräfte in der WiWiDok gesucht ...

[mehr](#)

Öffnungszeiten

Körperöffnungszeiten in den Semesterferien ...

[mehr](#)

Zuletzt aktualisiert: 06.06.11 WiWiDok

[Seite drucken](#)
[Seite empfehlen](#)
[kontakt](#)
[Impressum](#)
[Sitemap](#)
[English](#)
[Index A-Z](#)

Direktzugang

Gehe zu:

WiWiDok

Fachbibliothek
Wirtschaft, Recht & Statistik
Sekt. H 15
Raum H 15.00.5
Straße des 17. Juni 135
10083 Berlin
030 264 - 23021
030 264 - 74210
Fax 030 264 - 23150
E-Mail: [Anfrage](#)


Quicklinks

- [Öffnungszeiten](#)
- [Online-Katalog](#)
- [Anschaffungsvorschlag](#)
- [Index von A - Z](#)
- [Orientierungspunkte](#)
- [RSS-Feeds der WiWiDok](#)
- [Sitemap](#)
- [TU-Mailbox](#)
- [Universitätsbibliothek](#)

	sehr zufrieden	zufrieden	weniger zufrieden	überhaupt nicht zufrieden	nutze ich nicht
Startseite	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Später Fortfahren
<< Zurück
Weiter >>
Umfrage verlassen und löschen

xxxiv



Wie ist Ihre Meinung zum Webauftritt der WiWiDok?


Die Umfrage ist Bestandteil einer Masterarbeit des Institutes für Bibliotheks- und Informationswissenschaft der Humboldt-Universität zu Berlin und wird in Kooperation mit der Fachbibliothek Wirtschaft, Statistik & Recht (WiWiDok) der Technischen Universität Berlin durchgeführt.

*** Frage 2 : Wie WICHTIG sind Ihnen unsere folgenden Informationsangebote auf der Startseite?**

	sehr wichtig	weniger wichtig	vollkommen unwichtig	nutze ich nicht
Aktuelles	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Öffnungszeiten	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kontaktinformationen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Quicklinks	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Über Uns	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Benutzungshinweise	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Literatursuche	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Service	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
So finden Sie uns	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Direktzugang	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

? Bitte nur die Angebote einstufen, welche für Sie höchste Priorität haben!

Später Fortfahren
<< Zurück Weiter >>
Umfrage verlassen und löschen



Wie ist Ihre Meinung zum Webauftritt der WiWiDok?

Die Umfrage ist Bestandteil einer Masterarbeit des Institutes für Bibliotheks- und Informationswissenschaft der Humboldt-Universität zu Berlin und wird in Kooperation mit der Fachbibliothek Wirtschaft, Statistik & Recht (WiWiDok) der Technischen Universität Berlin durchgeführt.

*** Frage 3: Wie häufig nutzen Sie die Quicklinks?**

Quicklinks

- ☐ Öffnungszeiten
- ☐ Online-Katalog
- ☐ Anschaffungsvorschlag
- ☐ Index von A - Z
- ☐ Orientierungsplan
- ☐ RSS-Feeds der WiWiDok
- ☐ Sitemap
- ☐ TU-Mailbox
- ☐ Universitätsbibliothek

	Täglich	Mindestens einmal pro Woche	Mindestens einmal pro Monat	Seltener als einmal im Monat	Nutze ich gar nicht
Öffnungszeiten	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Online-Katalog	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Anschaffungsvorschlag	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Index von A - Z	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Orientierungsplan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
RSS-Feeds der WiWiDok	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sitemap	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
TU-Mailbox	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Universitätsbibliothek	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Später Fortfahren
<< Zurück Weiter >>
Umfrage verlassen und löschen

Wie ist Ihre Meinung zum Webauftritt der WiWiDok?

Die Umfrage ist Bestandteil einer Masterteamarbeit des Institutes für Bibliotheks- und Informationswissenschaft der Humboldt-Universität zu Berlin und wird in Kooperation mit der Fachbibliothek Wirtschaft, Statistik & Recht (WiWiDok) der Technischen Universität Berlin durchgeführt.



Frage 4:
Angebote, die in Frage 3 nicht genannt wurden, deren Präsenz Sie sich aber unter der Funktion Quicklinks wünschen, bitte hier angeben:

Später Fortfahren


<< Zurück

Weiter >>

Umfrage verlassen und löschen

Wie ist Ihre Meinung zum Webauftritt der WiWiDok?

Die Umfrage ist Bestandteil einer Masterteamarbeit des Institutes für Bibliotheks- und Informationswissenschaft der Humboldt-Universität zu Berlin und wird in Kooperation mit der Fachbibliothek Wirtschaft, Statistik & Recht (WiWiDok) der Technischen Universität Berlin durchgeführt.



*
Frage 5: Denken Sie bitte an die Bücher, Zeitschriftenaufsätze und anderen Text- oder Bilddokumente nach denen Sie in der letzten Zeit recherchiert haben. Welche Angebote haben Sie genutzt?

Bitte wählen Sie einen oder mehrere Punkte aus der Liste aus.

☐ Den Online-Katalog der Universitätsbibliothek der TU
☐ Die Online-Kataloge anderer Bibliotheken, z.B. StaBiKat
☐ Primo-Suchportal
☐ Die elektronische Zeitschriftenbibliothek (EZB)
☐ Die Zeitschriftendatenbank (ZDB)
☐ Business Source Complete
☐ ScienceDirect
☐ Emerald Management Xtra
☐ EBSCO
☐ Das elektronische Zeitschriftenarchiv JSTOR
☐ Online-Datenbanken: von der TU abonniert
☐ DFG-Nationallizenzen
☐ OPUS: digitale Dissertationen an der TU Berlin
☐ Die Aufsatzdokumentation der WiWiDok
☐ Sonstiges:

Später Fortfahren


<< Zurück

Weiter >>

Umfrage verlassen und löschen

Wie ist Ihre Meinung zum Webauftritt der WiWiDok?

Die Umfrage ist Bestandteil einer Masterteamarbeit des Institutes für Bibliotheks- und Informationswissenschaft der Humboldt-Universität zu Berlin und wird in Kooperation mit der Fachbibliothek Wirtschaft, Statistik & Recht (WiWiDok) der Technischen Universität Berlin durchgeführt.



*Frage 6: Wie häufig nutzen Sie die folgenden Serviceangebote der Bibliothek?

	Täglich	Mindestens einmal pro Woche	Mindestens einmal pro Monat	Seltener als einmal im Monat	Nutze ich gar nicht
Anschaffungsvorschlag	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bibliothekseinführungen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
PC's	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
RSS-Feeds	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Informationsbroschüren	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Orientierungsplan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jobs/Praktika	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
E-Mail-Anfrage	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Linksammlung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Später Fortfahren


<< Zurück

Weiter >>

Umfrage verlassen und löschen

Wie ist Ihre Meinung zum Webauftritt der WiWiDok?

Die Umfrage ist Bestandteil einer Masterarbeit des Institutes für Bibliotheks- und Informationswissenschaft der Humboldt-Universität zu Berlin und wird in Kooperation mit der Fachbibliothek Wirtschaft, Statistik & Recht (WiWiDok) der Technischen Universität Berlin durchgeführt.



Frage 7: Bitte sehen Sie sich die folgenden Bilder genau an.



Welche Aussage trifft auf Sie zu?

	Trifft vollkommen zu	Trifft teilweise zu	Trifft kaum zu	Trifft überhaupt nicht zu	Interessiert mich nicht
Ich erkenne meine Bibliothek wieder.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mein Interesse an der Bibliothek wird geweckt.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich fühle mich positiv angesprochen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich fühle mich negativ angesprochen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Es sollten generell keine Bilder auf der Webseite verwendet werden.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>


Später Fortfahren

<< ZurückWeiter >>

Umfrage verlassen und löschen

Wie ist Ihre Meinung zum Webauftritt der WiWiDok?

Die Umfrage ist Bestandteil einer Masterarbeit des Institutes für Bibliotheks- und Informationswissenschaft der Humboldt-Universität zu Berlin und wird in Kooperation mit der Fachbibliothek Wirtschaft, Statistik & Recht (WiWiDok) der Technischen Universität Berlin durchgeführt.



Frage 8:
Welche der folgenden Angebote sollten auf dem neuen Webauftritt vorhanden sein?

Bitte wählen Sie einen oder mehrere Punkte aus der Liste aus.

☐ Webseite auch auf Englisch
☐ Zugang zum Benutzerkonto auf der Startseite
☐ Auftritt der WiWiDok auf Facebook
☐ Angebot einer mobilen Webseite für Smartphones etc.
☐ Link zum Blog WiWiBerlin
☐ Sonstiges:


Später Fortfahren

<< ZurückWeiter >>

Umfrage verlassen und löschen

Wie ist Ihre Meinung zum Webauftritt der WiWiDok?

Die Umfrage ist Bestandteil einer Masterarbeit des Institutes für Bibliotheks- und Informationswissenschaft der Humboldt-Universität zu Berlin und wird in Kooperation mit der Fachbibliothek Wirtschaft, Statistik & Recht (WiWiDok) der Technischen Universität Berlin durchgeführt.



Frage 9:
Haben Sie Wünsche oder Anregungen, die noch nicht genannt wurden?


Später Fortfahren

<< ZurückWeiter >>

Umfrage verlassen und löschen

Wie ist Ihre Meinung zum Webauftritt der WiWiDok?

Die Umfrage ist Bestandteil einer Masterarbeit des Institutes für Bibliotheks- und Informationswissenschaft der Humboldt-Universität zu Berlin und wird in Kooperation mit der Fachbibliothek Wirtschaft, Statistik & Recht (WiWiDok) der Technischen Universität Berlin durchgeführt.



*** Frage 10:**
Welcher Nutzergruppe würden Sie sich zuordnen?

Bitte wählen Sie eine der folgenden Antworten:

Bitte auswählen.

Bitte auswählen.

Student TU Bachelor

Student TU Master

Student TU Diplom / Magister

Wissenschaftlicher Mitarbeiter TU

Sonstiger Mitarbeiter TU

Student Nicht-TU

Wissenschaftlicher Mitarbeiter Nicht-TU

Sonstiger Mitarbeiter Nicht-TU

Sonstiges:

Später Fortfahren

Umfrage verlassen und löschen

Wie ist Ihre Meinung zum Webauftritt der WiWiDok?

Die Umfrage ist Bestandteil einer Masterarbeit des Institutes für Bibliotheks- und Informationswissenschaft der Humboldt-Universität zu Berlin und wird in Kooperation mit der Fachbibliothek Wirtschaft, Statistik & Recht (WiWiDok) der Technischen Universität Berlin durchgeführt.



*** Frage 11:**
Lässt sich Ihre Tätigkeit bzw. Ihr Interessengebiet einem oder mehreren der folgenden Fachgebiete zuordnen?

Bitte wählen Sie einen oder mehrere Punkte aus der Liste aus.

☐ Rechtswissenschaften
☐ Wirtschaftswissenschaften
☐ Mathematik / Informatik
☐ Statistik
☐ Soziologie
☐ Sonstiges:

Später Fortfahren


<< Zurück

Weiter >>

Umfrage verlassen und löschen

Wie ist Ihre Meinung zum Webauftritt der WiWiDok?

Die Umfrage ist Bestandteil einer Masterarbeit des Institutes für Bibliotheks- und Informationswissenschaft der Humboldt-Universität zu Berlin und wird in Kooperation mit der Fachbibliothek Wirtschaft, Statistik & Recht (WiWiDok) der Technischen Universität Berlin durchgeführt.



*** Frage 12:**
Die nachfolgenden Angaben beziehen sich auf Ihre Person. Ihre Daten werden vertraulich behandelt und nicht an Dritte weiter gegeben.
Wie alt sind Sie?

Bitte wählen Sie eine der folgenden Antworten:

Bitte auswählen.

Bitte auswählen.

15 - 18

19 - 25

26 - 35

36 - 45

46 - 55

56 - 65

Später Fortfahren


<<

>>

Umfrage verlassen und löschen

Wie ist Ihre Meinung zum Webauftritt der WiWiDok?

Die Umfrage ist Bestandteil einer Masterteamarbeit des Institutes für Bibliotheks- und Informationswissenschaft der Humboldt-Universität zu Berlin und wird in Kooperation mit der Fachbibliothek Wirtschaft, Statistik & Recht (WiWiDok) der Technischen Universität Berlin durchgeführt.



★
Frage 13:

Bitte wählen Sie eine der folgenden Antworten:

☐ Männlich
☐ Weiblich

[Später Fortfahren](#) [<< Zurück](#) [Weiter >>](#) [Umfrage verlassen und löschen](#)

Wie ist Ihre Meinung zum Webauftritt der WiWiDok?

Die Umfrage ist Bestandteil einer Masterteamarbeit des Institutes für Bibliotheks- und Informationswissenschaft der Humboldt-Universität zu Berlin und wird in Kooperation mit der Fachbibliothek Wirtschaft, Statistik & Recht (WiWiDok) der Technischen Universität Berlin durchgeführt.




Frage 14: Wenn Sie an der Verlosung des Büchergutscheins teilnehmen möchten, geben Sie bitte hier Ihre E-Mail-Adresse an:

[Später Fortfahren](#) [<< Zurück](#) [Absenden](#) [Umfrage verlassen und löschen](#)

Nachdem die Antworten statistisch ausgewertet sind, werden wir die Ergebnisse auf der Homepage bekannt geben.
Danke für Ihre Unterstützung!
Die Einhaltung der Datenschutzbestimmungen, sowie die Anonymität der Umfrage sind gewährleistet.

<http://www.wm.tu-berlin.de/menue/Einrichtungen/Bibliotheken/WiWiDok/WiWiDok/>



G) Ergebnisse Fragebogen



Kurz-Statistiken

Umfrage 45274 'Wie ist Ihre Meinung zum Webauftritt der WiWiDok?'

Feld-Zusammenfassung für 01: Startseite(SQ001)

Frage 1: Wie zufrieden sind Sie mit der Startseite der Bibliothek? ☐ ☐
[Startseite]

Antwort	Anzahl	Prozent
sehr zufrieden (1)	6	5.26%
zufrieden (2)	84	73.68%
weniger zufrieden (3)	9	7.89%
überhaupt nicht zufrieden (4)	0	0.00%
nutze ich nicht (5)	15	13.16%
keine Antwort	0	0.00%
Nicht gezeigt	0	0.00%



Kurz-Statistiken

Umfrage 45274 'Wie ist Ihre Meinung zum Webauftritt der WiWiDok?'

Feld-Zusammenfassung für 02: Startseite(21)

Frage 2 : Wie WICHTIG sind Ihnen unsere folgenden Informationsangebote auf
der Startseite?[Aktuelles]

Antwort	Anzahl	Prozent
sehr wichtig (A1)	58	50.88%
weniger wichtig (A2)	32	28.07%
vollkommen unwichtig (A3)	11	9.65%
nutze ich nicht (A4)	13	11.40%
keine Antwort	0	0.00%
Nicht gezeigt	0	0.00%



Kurz-Statistiken

Umfrage 45274 'Wie ist Ihre Meinung zum Webauftritt der WiWiDok?'

Feld-Zusammenfassung für 02: Startseite(22)

Frage 2 : Wie WICHTIG sind Ihnen unsere folgenden Informationsangebote auf der Startseite?[Öffnungszeiten]

Antwort	Anzahl	Prozent
sehr wichtig (A1)	100	87.72%
weniger wichtig (A2)	8	7.02%
vollkommen unwichtig (A3)	3	2.63%
nutze ich nicht (A4)	3	2.63%
keine Antwort	0	0.00%
Nicht gezeigt	0	0.00%



Kurz-Statistiken

Umfrage 45274 'Wie ist Ihre Meinung zum Webauftritt der WiWiDok?'

Feld-Zusammenfassung für 02: Startseite(23)

Frage 2 : Wie WICHTIG sind Ihnen unsere folgenden Informationsangebote auf der Startseite?[Kontaktinformationen]

Antwort	Anzahl	Prozent
sehr wichtig (A1)	62	54.39%
weniger wichtig (A2)	35	30.70%
vollkommen unwichtig (A3)	10	8.77%
nutze ich nicht (A4)	7	6.14%
keine Antwort	0	0.00%
Nicht gezeigt	0	0.00%

**Kurz-Statistiken**

Umfrage 45274 'Wie ist Ihre Meinung zum Webauftritt der WiWiDok?'

Feld-Zusammenfassung für 02: Startseite(24)

Frage 2 : Wie WICHTIG sind Ihnen unsere folgenden Informationsangebote auf der Startseite?[Quicklinks]

Antwort	Anzahl	Prozent
sehr wichtig (A1)	31	27.19%
weniger wichtig (A2)	50	43.86%
vollkommen unwichtig (A3)	16	14.04%
nutze ich nicht (A4)	17	14.91%
keine Antwort	0	0.00%
Nicht gezeigt	0	0.00%

**Kurz-Statistiken**

Umfrage 45274 'Wie ist Ihre Meinung zum Webauftritt der WiWiDok?'

Feld-Zusammenfassung für 02: Startseite(25)

Frage 2 : Wie WICHTIG sind Ihnen unsere folgenden Informationsangebote auf der Startseite?[Über Uns]

Antwort	Anzahl	Prozent
sehr wichtig (A1)	16	14.04%
weniger wichtig (A2)	48	42.11%
vollkommen unwichtig (A3)	26	22.81%
nutze ich nicht (A4)	24	21.05%
keine Antwort	0	0.00%
Nicht gezeigt	0	0.00%



Kurz-Statistiken

Umfrage 45274 'Wie ist Ihre Meinung zum Webauftritt der WiWiDok?'

Feld-Zusammenfassung für 02: Startseite(26)

Frage 2 : Wie WICHTIG sind Ihnen unsere folgenden Informationsangebote auf der Startseite?[Benutzungshinweise]

Antwort	Anzahl	Prozent
sehr wichtig (A1)	26	22.81%
weniger wichtig (A2)	43	37.72%
vollkommen unwichtig (A3)	28	24.56%
nutze ich nicht (A4)	17	14.91%
keine Antwort	0	0.00%
Nicht gezeigt	0	0.00%



Kurz-Statistiken

Umfrage 45274 'Wie ist Ihre Meinung zum Webauftritt der WiWiDok?'

Feld-Zusammenfassung für 02: Startseite(27)

Frage 2 : Wie WICHTIG sind Ihnen unsere folgenden Informationsangebote auf der Startseite?[Literatursuche]

Antwort	Anzahl	Prozent
sehr wichtig (A1)	95	83.33%
weniger wichtig (A2)	12	10.53%
vollkommen unwichtig (A3)	4	3.51%
nutze ich nicht (A4)	3	2.63%
keine Antwort	0	0.00%
Nicht gezeigt	0	0.00%

**Kurz-Statistiken**

Umfrage 45274 'Wie ist Ihre Meinung zum Webauftritt der WiWiDok?'

Feld-Zusammenfassung für 02: Startseite(28)

Frage 2 : Wie WICHTIG sind Ihnen unsere folgenden Informationsangebote auf der Startseite?[Service]

Antwort	Anzahl	Prozent
sehr wichtig (A1)	36	31.58%
weniger wichtig (A2)	52	45.61%
vollkommen unwichtig (A3)	13	11.40%
nutze ich nicht (A4)	13	11.40%
keine Antwort	0	0.00%
Nicht gezeigt	0	0.00%

**Kurz-Statistiken**

Umfrage 45274 'Wie ist Ihre Meinung zum Webauftritt der WiWiDok?'

Feld-Zusammenfassung für 02: Startseite(29)

Frage 2 : Wie WICHTIG sind Ihnen unsere folgenden Informationsangebote auf der Startseite?[So finden Sie uns]

Antwort	Anzahl	Prozent
sehr wichtig (A1)	52	45.61%
weniger wichtig (A2)	41	35.96%
vollkommen unwichtig (A3)	11	9.65%
nutze ich nicht (A4)	10	8.77%
keine Antwort	0	0.00%
Nicht gezeigt	0	0.00%



Kurz-Statistiken

Umfrage 45274 'Wie ist Ihre Meinung zum Webauftritt der WiWiDok?'

Feld-Zusammenfassung für 02: Startseite(30)

Frage 2 : Wie WICHTIG sind Ihnen unsere folgenden Informationsangebote auf der Startseite?[Direktzugang]

Antwort	Anzahl	Prozent
sehr wichtig (A1)	23	20.18%
weniger wichtig (A2)	38	33.33%
vollkommen unwichtig (A3)	13	11.40%
nutze ich nicht (A4)	40	35.09%
keine Antwort	0	0.00%
Nicht gezeigt	0	0.00%



Kurz-Statistiken

Umfrage 45274 'Wie ist Ihre Meinung zum Webauftritt der WiWiDok?'

Feld-Zusammenfassung für 03: Navigation(SQ001)

Frage 3: Wie häufig nutzen Sie die Quicklinks? 00 [Öffnungszeiten]

Antwort	Anzahl	Prozent
Täglich (A1)	0	0.00%
Mindestens einmal pro Woche (A2)	7	6.14%
Mindestens einmal pro Monat (A3)	39	34.21%
Seltener als einmal im Monat (A4)	37	32.46%
Nutze ich gar nicht (A5)	31	27.19%
keine Antwort	0	0.00%
Nicht gezeigt	0	0.00%

**Kurz-Statistiken**

Umfrage 45274 'Wie ist Ihre Meinung zum Webauftritt der WiWiDok?'

Feld-Zusammenfassung für 03: Navigation(SQ002)**Frage 3: Wie häufig nutzen Sie die Quicklinks? ☐☐ [Online-Katalog]**

Antwort	Anzahl	Prozent
Täglich (A1)	12	10.53%
Mindestens einmal pro Woche (A2)	36	31.58%
Mindestens einmal pro Monat (A3)	27	23.68%
Seltener als einmal im Monat (A4)	13	11.40%
Nutze ich gar nicht (A5)	26	22.81%
keine Antwort	0	0.00%
Nicht gezeigt	0	0.00%

**Kurz-Statistiken**

Umfrage 45274 'Wie ist Ihre Meinung zum Webauftritt der WiWiDok?'

Feld-Zusammenfassung für 03: Navigation(SQ003)**Frage 3: Wie häufig nutzen Sie die Quicklinks? ☐☐ [Anschaffungsvorschlag]**

Antwort	Anzahl	Prozent
Täglich (A1)	0	0.00%
Mindestens einmal pro Woche (A2)	7	6.14%
Mindestens einmal pro Monat (A3)	8	7.02%
Seltener als einmal im Monat (A4)	17	14.91%
Nutze ich gar nicht (A5)	82	71.93%
keine Antwort	0	0.00%
Nicht gezeigt	0	0.00%



Kurz-Statistiken

Umfrage 45274 'Wie ist Ihre Meinung zum Webauftritt der WiWiDok?'

Feld-Zusammenfassung für 03: Navigation(SQ004)

Frage 3: Wie häufig nutzen Sie die Quicklinks? ☐☐ [Index von A - Z]

Antwort	Anzahl	Prozent
Täglich (A1)	0	0.00%
Mindestens einmal pro Woche (A2)	6	5.26%
Mindestens einmal pro Monat (A3)	19	16.67%
Seltener als einmal im Monat (A4)	16	14.04%
Nutze ich gar nicht (A5)	73	64.04%
keine Antwort	0	0.00%
Nicht gezeigt	0	0.00%



Kurz-Statistiken

Umfrage 45274 'Wie ist Ihre Meinung zum Webauftritt der WiWiDok?'

Feld-Zusammenfassung für 03: Navigation(SQ005)

Frage 3: Wie häufig nutzen Sie die Quicklinks? ☐☐ [Orientierungsplan]

Antwort	Anzahl	Prozent
Täglich (A1)	0	0.00%
Mindestens einmal pro Woche (A2)	13	11.40%
Mindestens einmal pro Monat (A3)	10	8.77%
Seltener als einmal im Monat (A4)	35	30.70%
Nutze ich gar nicht (A5)	56	49.12%
keine Antwort	0	0.00%
Nicht gezeigt	0	0.00%

**Kurz-Statistiken**

Umfrage 45274 'Wie ist Ihre Meinung zum Webauftritt der WiWiDok?'

Feld-Zusammenfassung für 03: Navigation(SQ006)**Frage 3: Wie häufig nutzen Sie die Quicklinks? ☐☐ [RSS-Feeds der WiWiDok]**

Antwort	Anzahl	Prozent
Täglich (A1)	0	0.00%
Mindestens einmal pro Woche (A2)	9	7.89%
Mindestens einmal pro Monat (A3)	7	6.14%
Seltener als einmal im Monat (A4)	6	5.26%
Nutze ich gar nicht (A5)	92	80.70%
keine Antwort	0	0.00%
Nicht gezeigt	0	0.00%

**Kurz-Statistiken**

Umfrage 45274 'Wie ist Ihre Meinung zum Webauftritt der WiWiDok?'

Feld-Zusammenfassung für 03: Navigation(SQ007)**Frage 3: Wie häufig nutzen Sie die Quicklinks? ☐☐ [Sitemap]**

Antwort	Anzahl	Prozent
Täglich (A1)	0	0.00%
Mindestens einmal pro Woche (A2)	9	7.89%
Mindestens einmal pro Monat (A3)	3	2.63%
Seltener als einmal im Monat (A4)	4	3.51%
Nutze ich gar nicht (A5)	98	85.96%
keine Antwort	0	0.00%
Nicht gezeigt	0	0.00%



Kurz-Statistiken

Umfrage 45274 'Wie ist Ihre Meinung zum Webauftritt der WiWiDok?'

Feld-Zusammenfassung für 03: Navigation(SQ008)

Frage 3: Wie häufig nutzen Sie die Quicklinks? ☐☐ [TU-Mailbox]

Antwort	Anzahl	Prozent
Täglich (A1)	7	6.14%
Mindestens einmal pro Woche (A2)	15	13.16%
Mindestens einmal pro Monat (A3)	12	10.53%
Seltener als einmal im Monat (A4)	13	11.40%
Nutze ich gar nicht (A5)	67	58.77%
keine Antwort	0	0.00%
Nicht gezeigt	0	0.00%



Kurz-Statistiken

Umfrage 45274 'Wie ist Ihre Meinung zum Webauftritt der WiWiDok?'

Feld-Zusammenfassung für 03: Navigation(SQ009)

Frage 3: Wie häufig nutzen Sie die Quicklinks? ☐☐ [Universitätsbibliothek]

Antwort	Anzahl	Prozent
Täglich (A1)	12	10.53%
Mindestens einmal pro Woche (A2)	19	16.67%
Mindestens einmal pro Monat (A3)	28	24.56%
Seltener als einmal im Monat (A4)	14	12.28%
Nutze ich gar nicht (A5)	41	35.96%
keine Antwort	0	0.00%
Nicht gezeigt	0	0.00%

**Kurz-Statistiken**

Umfrage 45274 'Wie ist Ihre Meinung zum Webauftritt der WiWiDok?'

Feld-Zusammenfassung für 04: Navigation

Frage 4: Angebote, die in Frage 3 nicht genannt wurden, deren Präsenz Sie sich aber unter der Funktion Quicklinks wünschen, bitte hier angeben:

Antwort	Anzahl	Prozent
Antwort	24	21.05%
keine Antwort	90	78.95%
Nicht gezeigt	0	0.00%

**Kurz-Statistiken**

Umfrage 45274 'Wie ist Ihre Meinung zum Webauftritt der WiWiDok?'

Feld-Zusammenfassung für 05: Literatursuche

Frage 5: Denken Sie bitte an die Bücher, Zeitschriftenaufsätze und anderen Text- oder Bilddokumente nach denen Sie in der letzten Zeit recherchiert haben. Welche Angebote haben Sie genutzt?

Antwort	Anzahl	Prozent
Den Online-Katalog der Universitätsbibliothek der TU (SQ001)	104	91.23%
Die Online-Kataloge anderer Bibliotheken, z.B. StaBiKat (SQ002)	48	42.11%
Primo-Suchportal (SQ003)	21	18.42%
Die elektronische Zeitschriftenbibliothek (EZB) (SQ004)	59	51.75%
Die Zeitschriftendatenbank (ZDB) (SQ006)	39	34.21%
Business Source Complete (SQ007)	29	25.44%
ScienceDirect (SQ008)	34	29.82%
Emerald Management Xtra (SQ009)	44	38.60%
EBSCO (SQ010)	56	49.12%
Das elektronische Zeitschriftenarchiv JSTOR (SQ011)	45	39.47%
Online-Datenbanken: von der TU abonniert (SQ012)	31	27.19%
DFG-Nationallizenzen (SQ013)	16	14.04%
OPUS: digitale Dissertationen an der TU Berlin (SQ014)	1	0.88%
Die Aufsatzdokumentation der WiWiDok (SQ015)	12	10.53%
Sonstiges	2	1.75%



Kurz-Statistiken

Umfrage 45274 'Wie ist Ihre Meinung zum Webauftritt der WiWiDok?'

Feld-Zusammenfassung für 06: Serviceangebot (SQ101)

Frage 6: Wie häufig nutzen Sie die folgenden Serviceangebote der Bibliothek?[Anschaffungsvorschlag]

Antwort	Anzahl	Prozent
Täglich (A1)	0	0.00%
Mindestens einmal pro Woche (A2)	7	6.14%
Mindestens einmal pro Monat (A3)	3	2.63%
Seltener als einmal im Monat (A4)	44	38.60%
Nutze ich gar nicht (A5)	60	52.63%
keine Antwort	0	0.00%
Nicht gezeigt	0	0.00%



Kurz-Statistiken

Umfrage 45274 'Wie ist Ihre Meinung zum Webauftritt der WiWiDok?'

Feld-Zusammenfassung für 06: Serviceangebot (SQ102)

Frage 6: Wie häufig nutzen Sie die folgenden Serviceangebote der Bibliothek?[Bibliothekseinführungen]

Antwort	Anzahl	Prozent
Täglich (A1)	0	0.00%
Mindestens einmal pro Woche (A2)	0	0.00%
Mindestens einmal pro Monat (A3)	3	2.63%
Seltener als einmal im Monat (A4)	18	15.79%
Nutze ich gar nicht (A5)	93	81.58%
keine Antwort	0	0.00%
Nicht gezeigt	0	0.00%

**Kurz-Statistiken**

Umfrage 45274 'Wie ist Ihre Meinung zum Webauftritt der WiWiDok?'

Feld-Zusammenfassung für 06: Serviceangebot (SQ103)**Frage 6: Wie häufig nutzen Sie die folgenden Serviceangebote der Bibliothek?[PC's]**

Antwort	Anzahl	Prozent
Täglich (A1)	7	6.14%
Mindestens einmal pro Woche (A2)	20	17.54%
Mindestens einmal pro Monat (A3)	19	16.67%
Seltener als einmal im Monat (A4)	19	16.67%
Nutze ich gar nicht (A5)	49	42.98%
keine Antwort	0	0.00%
Nicht gezeigt	0	0.00%

**Kurz-Statistiken**

Umfrage 45274 'Wie ist Ihre Meinung zum Webauftritt der WiWiDok?'

Feld-Zusammenfassung für 06: Serviceangebot (SQ104)**Frage 6: Wie häufig nutzen Sie die folgenden Serviceangebote der Bibliothek?[RSS-Feeds]**

Antwort	Anzahl	Prozent
Täglich (A1)	5	4.39%
Mindestens einmal pro Woche (A2)	5	4.39%
Mindestens einmal pro Monat (A3)	21	18.42%
Seltener als einmal im Monat (A4)	4	3.51%
Nutze ich gar nicht (A5)	79	69.30%
keine Antwort	0	0.00%
Nicht gezeigt	0	0.00%



Kurz-Statistiken

Umfrage 45274 'Wie ist Ihre Meinung zum Webauftritt der WiWiDok?'

Feld-Zusammenfassung für 06: Serviceangebot (SQ105)

Frage 6: Wie häufig nutzen Sie die folgenden Serviceangebote der Bibliothek?[Informationsbroschüren]

Antwort	Anzahl	Prozent
Täglich (A1)	0	0.00%
Mindestens einmal pro Woche (A2)	7	6.14%
Mindestens einmal pro Monat (A3)	13	11.40%
Seltener als einmal im Monat (A4)	24	21.05%
Nutze ich gar nicht (A5)	70	61.40%
keine Antwort	0	0.00%
Nicht gezeigt	0	0.00%



Kurz-Statistiken

Umfrage 45274 'Wie ist Ihre Meinung zum Webauftritt der WiWiDok?'

Feld-Zusammenfassung für 06: Serviceangebot (SQ106)

Frage 6: Wie häufig nutzen Sie die folgenden Serviceangebote der Bibliothek?[Orientierungsplan]

Antwort	Anzahl	Prozent
Täglich (A1)	0	0.00%
Mindestens einmal pro Woche (A2)	12	10.53%
Mindestens einmal pro Monat (A3)	9	7.89%
Seltener als einmal im Monat (A4)	27	23.68%
Nutze ich gar nicht (A5)	66	57.89%
keine Antwort	0	0.00%
Nicht gezeigt	0	0.00%

**Kurz-Statistiken**

Umfrage 45274 'Wie ist Ihre Meinung zum Webauftritt der WiWiDok?'

Feld-Zusammenfassung für 06: Serviceangebot (SQ107)**Frage 6: Wie häufig nutzen Sie die folgenden Serviceangebote der Bibliothek?[Jobs/Praktika]**

Antwort	Anzahl	Prozent
Täglich (A1)	0	0.00%
Mindestens einmal pro Woche (A2)	7	6.14%
Mindestens einmal pro Monat (A3)	13	11.40%
Seltener als einmal im Monat (A4)	28	24.56%
Nutze ich gar nicht (A5)	66	57.89%
keine Antwort	0	0.00%
Nicht gezeigt	0	0.00%

**Kurz-Statistiken**

Umfrage 45274 'Wie ist Ihre Meinung zum Webauftritt der WiWiDok?'

Feld-Zusammenfassung für 06: Serviceangebot (SQ108)**Frage 6: Wie häufig nutzen Sie die folgenden Serviceangebote der Bibliothek?[E-Mail-Anfrage]**

Antwort	Anzahl	Prozent
Täglich (A1)	0	0.00%
Mindestens einmal pro Woche (A2)	7	6.14%
Mindestens einmal pro Monat (A3)	0	0.00%
Seltener als einmal im Monat (A4)	25	21.93%
Nutze ich gar nicht (A5)	82	71.93%
keine Antwort	0	0.00%
Nicht gezeigt	0	0.00%



Kurz-Statistiken

Umfrage 45274 'Wie ist Ihre Meinung zum Webauftritt der WiWiDok?'

Feld-Zusammenfassung für 06: Serviceangebot (SQ109)

Frage 6: Wie häufig nutzen Sie die folgenden Serviceangebote der Bibliothek?[Linksammlung]

Antwort	Anzahl	Prozent
Täglich (A1)	0	0.00%
Mindestens einmal pro Woche (A2)	10	8.77%
Mindestens einmal pro Monat (A3)	10	8.77%
Seltener als einmal im Monat (A4)	34	29.82%
Nutze ich gar nicht (A5)	60	52.63%
keine Antwort	0	0.00%
Nicht gezeigt	0	0.00%



Kurz-Statistiken

Umfrage 45274 'Wie ist Ihre Meinung zum Webauftritt der WiWiDok?'

Feld-Zusammenfassung für 07: Gestaltung (SQ001)

Frage 7: Bitte sehen Sie sich die folgenden Bilder genau an.[] []
Welche Aussage trifft auf Sie zu?[Ich erkenne meine Bibliothek wieder.]

Antwort	Anzahl	Prozent
Trifft vollkommen zu (A1)	54	47.37%
Trifft teilweise zu (A2)	39	34.21%
Trifft kaum zu (A3)	14	12.28%
Trifft überhaupt nicht zu (A4)	7	6.14%
Interessiert mich nicht (A5)	0	0.00%
keine Antwort	0	0.00%
Nicht gezeigt	0	0.00%

**Kurz-Statistiken**

Umfrage 45274 'Wie ist Ihre Meinung zum Webauftritt der WiWiDok?'

Feld-Zusammenfassung für 07: Gestaltung(SQ002)

Frage 7: Bitte sehen Sie sich die folgenden Bilder genau an. ☐ ☐ ☐
Welche Aussage trifft auf Sie zu?[Mein Interesse an der Bibliothek wird geweckt.]

Antwort	Anzahl	Prozent
Trifft vollkommen zu (A1)	0	0.00%
Trifft teilweise zu (A2)	32	28.07%
Trifft kaum zu (A3)	55	48.25%
Trifft überhaupt nicht zu (A4)	20	17.54%
Interessiert mich nicht (A5)	7	6.14%
keine Antwort	0	0.00%
Nicht gezeigt	0	0.00%

**Kurz-Statistiken**

Umfrage 45274 'Wie ist Ihre Meinung zum Webauftritt der WiWiDok?'

Feld-Zusammenfassung für 07: Gestaltung(SQ005)

Frage 7: Bitte sehen Sie sich die folgenden Bilder genau an. ☐ ☐ ☐
Welche Aussage trifft auf Sie zu?[Ich fühle mich positiv angesprochen.]

Antwort	Anzahl	Prozent
Trifft vollkommen zu (A1)	0	0.00%
Trifft teilweise zu (A2)	28	24.56%
Trifft kaum zu (A3)	70	61.40%
Trifft überhaupt nicht zu (A4)	13	11.40%
Interessiert mich nicht (A5)	3	2.63%
keine Antwort	0	0.00%
Nicht gezeigt	0	0.00%



Kurz-Statistiken

Umfrage 45274 'Wie ist Ihre Meinung zum Webauftritt der WiWiDok?'

Feld-Zusammenfassung für 07: Gestaltung(SQ006)

Frage 7: Bitte sehen Sie sich die folgenden Bilder genau an. ☐ ☐
Welche Aussage trifft auf Sie zu?[Ich fühle mich negativ angesprochen.]

Antwort	Anzahl	Prozent
Trifft vollkommen zu (A1)	0	0.00%
Trifft teilweise zu (A2)	26	22.81%
Trifft kaum zu (A3)	42	36.84%
Trifft überhaupt nicht zu (A4)	43	37.72%
Interessiert mich nicht (A5)	3	2.63%
keine Antwort	0	0.00%
Nicht gezeigt	0	0.00%



Kurz-Statistiken

Umfrage 45274 'Wie ist Ihre Meinung zum Webauftritt der WiWiDok?'

Feld-Zusammenfassung für 07: Gestaltung(SQ007)

Frage 7: Bitte sehen Sie sich die folgenden Bilder genau an. ☐ ☐
Welche Aussage trifft auf Sie zu?[Es sollten generell keine Bilder auf der Webseite verwendet werden.]

Antwort	Anzahl	Prozent
Trifft vollkommen zu (A1)	0	0.00%
Trifft teilweise zu (A2)	7	6.14%
Trifft kaum zu (A3)	13	11.40%
Trifft überhaupt nicht zu (A4)	85	74.56%
Interessiert mich nicht (A5)	9	7.89%
keine Antwort	0	0.00%
Nicht gezeigt	0	0.00%

**Kurz-Statistiken**

Umfrage 45274 'Wie ist Ihre Meinung zum Webauftritt der WiWiDok?'

Feld-Zusammenfassung für 08: Wünsche

Frage 8: Welche der folgenden Angebote sollten auf dem neuen Webauftritt vorhanden sein?

Antwort	Anzahl	Prozent
Webseite auch auf Englisch (SQ001)	105	92.11%
Zugang zum Benutzerkonto auf der Startseite (SQ002)	107	93.86%
Auftritt der WiWiDok auf Facebook (SQ003)	50	43.86%
Angebot einer mobilen Webseite für Smartphones etc. (SQ004)	30	26.32%
Link zum Blog WiWiBerlin (SQ005)	33	28.95%
Sonstiges	23	20.18%

**Kurz-Statistiken**

Umfrage 45274 'Wie ist Ihre Meinung zum Webauftritt der WiWiDok?'

Feld-Zusammenfassung für 09: Wünsche

Frage 9: Haben Sie Wünsche oder Anregungen, die noch nicht genannt wurden?

Antwort	Anzahl	Prozent
Antwort	5	4.39%
keine Antwort	109	95.61%
Nicht gezeigt	0	0.00%



Kurz-Statistiken

Umfrage 45274 'Wie ist Ihre Meinung zum Webauftritt der WiWiDok?'

Feld-Zusammenfassung für 10: Persönliches

Frage 10: Welcher Nutzergruppe würden Sie sich zuordnen?

Antwort	Anzahl	Prozent
Student TU Bachelor (A1)	32	28.07%
Student TU Master (A2)	29	25.44%
Student TU Diplom / Magister (A3)	8	7.02%
Wissenschaftlicher Mitarbeiter TU (A4)	28	24.56%
Sonstiger Mitarbeiter TU (A5)	1	0.88%
Student Nicht-TU (A6)	15	13.16%
Wissenschaftlicher Mitarbeiter Nicht-TU (A7)	0	0.00%
Sonstiger Mitarbeiter Nicht-TU (A8)	0	0.00%
Sonstiges	1	0.88%
keine Antwort	0	0.00%
Nicht gezeigt	0	0.00%



Kurz-Statistiken

Umfrage 45274 'Wie ist Ihre Meinung zum Webauftritt der WiWiDok?'

Feld-Zusammenfassung für 11: Persönliches

Frage 11: Lässt sich Ihre Tätigkeit bzw. Ihr Interessengebiet einem oder mehreren der folgenden Fachgebiete zuordnen?

Antwort	Anzahl	Prozent
Rechtswissenschaften (SQ001)	0	0.00%
Wirtschaftswissenschaften (SQ002)	107	93.86%
Mathematik / Informatik (SQ003)	22	19.30%
Statistik (SQ004)	10	8.77%
Soziologie (SQ005)	0	0.00%
Sonstiges	8	7.02%

**Kurz-Statistiken**

Umfrage 45274 'Wie ist Ihre Meinung zum Webauftritt der WiWiDok?'

Feld-Zusammenfassung für 12:Persönliches

Frage 12: Die nachfolgenden Angaben beziehen sich auf Ihre Person. Ihre Daten werden vertraulich behandelt und nicht an Dritte weiter gegeben. Wie alt sind Sie?

Antwort	Anzahl	Prozent
15 - 18 (A1)	0	0.00%
19 - 25 (A2)	75	65.79%
26 - 35 (A3)	25	21.93%
36 - 45 (A4)	8	7.02%
46 - 55 (A5)	3	2.63%
56 - 65 (A6)	3	2.63%
keine Antwort	0	0.00%
Nicht gezeigt	0	0.00%

**Kurz-Statistiken**

Umfrage 45274 'Wie ist Ihre Meinung zum Webauftritt der WiWiDok?'

Feld-Zusammenfassung für 13:Persönliches

Frage 13:

Antwort	Anzahl	Prozent
Männlich (A1)	66	57.89%
Weiblich (A2)	48	42.11%
keine Antwort	0	0.00%
Nicht gezeigt	0	0.00%

**Kurz-Statistiken**

Umfrage 45274 'Wie ist Ihre Meinung zum Webauftritt der WiWiDok?'

Feld-Zusammenfassung für 14

Frage 14: Wenn Sie an der Verlosung des Büchergutscheins teilnehmen möchten, geben Sie bitte hier Ihre E-Mail-Adresse an:

Antwort	Anzahl	Prozent
Antwort	16	14.04%
keine Antwort	98	85.96%
Nicht gezeigt	0	0.00%

H) Linkanalyse

Die folgende Tabelle listet alle 526 Verlinkungen, die auf den Webseiten der WiWiDok eingebunden sind, auf. (Zeitpunkt der Analyse 20. August 2011). Die Sortierung erfolgte absteigend und nach Häufigkeit in alphabetischer Ordnung. Alle farblich gekennzeichneten Links zeigen Auffälligkeiten hinsichtlich unterschiedlicher Benennungen gleicher URLs. Eine Splittung in interne (Σ 141) und externe Links (Σ 281) wurde vorgenommen.

Kontextverlinkungen

	Anzahl	intern	extern
Nach oben	28	<u>1</u>	-
mckerber@europolis-online.org	14	-	<u>1</u>
Elektronische Zeitschriftenbibliothek / EZB / elektronische Zeitschriftenbibliothek	9	-	<u>1</u>
Aufsatzdokumentation	5	<u>1</u>	-
Online-Katalog	5	<u>1</u>	-
tubIT	5	<u>1</u>	-
print@campus-Verfahrens Zeitschriften	4	<u>1</u>	-
"Studieren-im-Netz"	4	<u>1</u>	-
Citavi	3	-	<u>1</u>
Datenbanken	3	<u>1</u>	-
E-Mail-Anfrage	3	<u>1</u>	-
EZB	3	-	<u>1</u>
Internetquellen / Portale	3	-	<u>1</u>
juris	3	-	<u>1</u>
Web 2.0 / Soziale Netzwerke	3	-	<u>1</u>
EconBiz	2	-	<u>1</u>
alphabetische Schlagwortliste	2	<u>1</u>	-
Anleitung (PDF, 187,0 KB).	2	<u>1</u>	-
Aufstellungssystematik	2	<u>1</u>	-
Berliner Arbeitskreis Information BAK.	2	-	<u>1</u>
BibSonomy	2	-	<u>1</u>
DBIS	2	-	<u>1</u>
delicious	2	-	<u>1</u>
Diskussionspapiere	2	<u>1</u>	-
Dissertationen	2	<u>1</u>	-
DIW Berlin	2	-	<u>1</u>
Fakultät Wirtschaft und Management der TU Berlin	2	<u>1</u>	-
GBI-Genios	2	-	<u>1</u>
NWBSsteuerXpert	2	-	<u>1</u>
nwbXpert Rechnungswesen	2	-	<u>1</u>
Öffnungszeiten	2	<u>1</u>	-
Online-Datenbanken	2	<u>1</u>	-
Open-Access.net	2	-	<u>1</u>
OPUS	2	<u>1</u>	-
Orientierungsplan (PDF, 359,2 KB)	2	-	-
Schopfheimer hypervirtuelle Bibliothek	2	-	<u>1</u>

ScienceDirect	2	-	<u>1</u>
Statistisches Bundesamt Deutschland	2	-	<u>1</u>
Thesauri	2	<u>1</u>	-
Thesaurus for the Global Legal Information Network (GLIN)	2	-	<u>1</u>
TIB/UB Hannover	2	-	<u>1</u>
Titelliste (PDF, 31,7 KB)	2	<u>1</u>	-
Virtuelle Allgemeinbibliothek	2	-	<u>1</u>
Wirtschaftswissenschaften	2	<u>1</u>	-
WiWi-Online	2	<u>1</u>	-
Zedlers Universallexikon	2	-	<u>1</u>
Zeitschriftendatenbank ZDB	2	-	<u>1</u>
"Deutsche WWW-Seiten für Statistiker"	1	-	<u>1</u>
"Deutschsprachige juristische Informationen im Internet" d	1	-	<u>1</u>
"dissonline.de, digitale Dissertationen im Internet"	1	-	<u>1</u>
"Elsevier eBook collection	1	-	<u>1</u>
"Krünitz Online"	1	-	<u>1</u>
"Sigelverzeichnis online"	1	-	-
"Verzeichnis von öffentlich zugänglichen Allgemein- und Spezialbibliotheken mit wirtschaftsrelevanten Beständen"	1	-	<u>1</u>
(Titelliste (PDF, 31,7 KB))	1	<u>1</u>	-
ABSTRACT (PDF, 11,5 KB)	1	<u>1</u>	-
ABSTRACT (PDF, 11,7 KB)	1	<u>1</u>	-
ABSTRACT (PDF, 12,6 KB)	1	<u>1</u>	-
ABSTRACT (PDF, 13,5 KB)	1	<u>1</u>	-
ABSTRACT (PDF, 14,1 KB)	1	<u>1</u>	-
ABSTRACT (PDF, 14,8 KB)	1	<u>1</u>	-
ABSTRACT (PDF, 15,8 KB)	1	<u>1</u>	-
ABSTRACT (PDF, 15,9 KB)	1	<u>1</u>	-
ABSTRACT (PDF, 15,9 KB)	1	<u>1</u>	-
ABSTRACT (PDF, 16,3 KB)	1	<u>1</u>	-
ABSTRACT (PDF, 16,8 KB)	1	<u>1</u>	-
ABSTRACT (PDF, 17,0 KB)	1	<u>1</u>	-
ABSTRACT (PDF, 17,9 KB)	1	<u>1</u>	-
ABSTRACT (PDF, 19,1 KB)	1	<u>1</u>	-
ABSTRACT (PDF, 19,1 KB)	1	<u>1</u>	-
ABSTRACT (PDF, 19,6 KB)	1	<u>1</u>	-
ABSTRACT (PDF, 20,1 KB)	1	<u>1</u>	-
ABSTRACT (PDF, 20,8 KB)	1	<u>1</u>	-
ABSTRACT (PDF, 21,5 KB)	1	<u>1</u>	-
ABSTRACT (PDF, 21,7 KB)	1	<u>1</u>	-
ABSTRACT (PDF, 23,5 KB)	1	<u>1</u>	-
ABSTRACT (PDF, 23,9 KB)	1	<u>1</u>	-
ABSTRACT (PDF, 27,6 KB)	1	<u>1</u>	-
ABSTRACT (PDF, 36,7 KB)	1	<u>1</u>	-
ABSTRACT (PDF, 505,9 KB)	1	<u>1</u>	-
ABSTRACT (PDF, 56,5 KB)	1	<u>1</u>	-
ABSTRACT (PDF, 7,5 KB)	1	<u>1</u>	-
ABSTRACT (PDF, 75,5 KB)	1	<u>1</u>	-
ABSTRACT (PDF, 9,0 KB)	1	<u>1</u>	-

<u>Access, Choice, and Guidance in German Health Care :</u>			
<u>An account of health policy reforms since 2004 (PDF, 395,4 KB)</u>	1	-	1
<u>Aktuelle Informationen</u>	1	1	-
<u>aktuelle Stellenangebote</u>	1	1	-
<u>Aktuelles (Archiv)</u>	1	1	-
<u>Alan S. Blinder</u>	1	-	1
<u>Alex</u>	1	-	1
<u>Allgemeine Informationen (PDF, 532,2 KB)</u>	1	1	-
<u>Allgemeine Nachschlagewerke</u>	1	1	-
<u>alte Systematik der Statistik (PDF, 87,0 KB)</u>	1	1	-
<u>Anschaffungsvorschlag</u>	1	1	-
<u>Antworten (PDF, 219,4 KB)</u>	1	1	-
<u>Archive / Bibliotheken</u>	1	1	-
<u>ArticleSciences</u>	1	-	1
<u>Artikelsuche in Online-Tageszeitungen</u>	1	1	-
<u>Ausleihfristen</u>	1	1	-
<u>Austria Presse Agentur</u>	1	-	1
<u>Auswahl der RARA. (PDF, 129,3 KB)</u>	1	1	-
<u>Bachelor-Vergleich.com</u>	1	-	1
<u>BaFin: Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht</u>	1	-	1
<u>BDI: Bundesverband der Deutschen Industrie</u>	1	-	1
<u>Benutzungsordnung (PDF, 11,2 KB).</u>	1	1	-
<u>Berlecon</u>	1	-	1
<u>Berliner Rechtsvorschriften (pdf)</u>	1	-	1
<u>Betriebswirtschaftslehre</u>	1	1	-
<u>Better Health and Ambient Assisted Living (AAL) from a global, regional and local economic perspective (PDF, 667,9 KB)</u>	1	-	1
<u>Bilanz:</u>	1	-	1
<u>Biographien berühmter Wirtschaftswissenschaftler</u>	1	-	1
<u>Blogs in Economics</u>	1	-	1
<u>Booz</u>	1	-	1
<u>Bundeministerium für Wirtschaft</u>	1	-	1
<u>Bundesagentur für Arbeit</u>	1	-	1
<u>Bundesarbeitsgericht</u>	1	-	1
<u>Bundesgerichtshof</u>	1	-	1
<u>Bundesnetzagentur für Elektrizität, Gas, Telekommunikation, Post und Eisenbahnen</u>	1	-	1
<u>Bundessozialgericht</u>	1	-	1
<u>Bundestag / Parlamente</u>	1	-	1
<u>Bundesverfassungsgericht</u>	1	-	1
<u>Business Source Complete weitere Infos.</u>	1	-	1
<u>Business Source Premier</u>	1	-	1
<u>CD-ROMs</u>	1	1	-
<u>CD-ROMS (PDF, 20,7 KB)</u>	1	1	-
<u>CEPR Discussion Papers</u>	1	-	1
<u>Claudia Fuls.</u>	1	-	1
<u>Competence Site</u>	1	-	1

Concise Encyclopedia of Economics	1	-	1
Congestion pricing vs. slot constraints to airport networks (PDF, 449,4 KB)	1	-	1
Dandelon	1	-	1
Das Statistiklabor	1	-	1
dejure.org	1	-	1
Der Gesundheitsfonds: Politökonomische Aspekte und seine Rolle als Wettbewerbsinstrument (PDF, 217,7 KB)	1	-	1
Deutsche Bundesbank	1	-	1
Deutsche Statistische Gesellschaft	1	-	1
Deutschen Bundesbank	1	-	1
Deutscher Bildungsserver	1	-	1
Deutscher Server Wirtschaftsethik	1	-	1
Deutsches Rechtswörterbuch DRW	1	-	1
DFG-Nationallizenz	1	-	1
DGB: Deutscher Gewerkschaftsbund	1	-	1
Die Abgrenzung von Arbeitsmarktreionen: Gütekriterien und -maßzahlen (PDF, 739,9 KB)	1	-	1
Die Deutsche Internetbibliothek	1	-	1
Die Rolle der Strukturpolitik in der Europäischen Integration (PDF, 126,7 KB)	1	1	-
Dieter Asche	1	1	-
Digi-Zeitschriften	1	-	1
DISCUS	1	-	1
Diskussionspapiere 1970 - 1993 (PDF, 89,1 KB)	1	1	-
Diskussionspapiere 1994 - 1997 (PDF, 70,8 KB)	1	1	-
Diskussionspapiere 1998 - 2001 (PDF, 75,6 KB)	1	1	-
Diskussionspapiere 2002 - 2005 (PDF, 112,2 KB)	1	1	-
Diskussionspapiere 2006 - 2009	1	1	-
Dissertationsstelle der TU	1	1	-
Diverses	1	1	-
DOAJ	1	-	1
Dokumentations- und Informationssystem für Parlamentarische Vorgänge DIP	1	-	1
E-Books	1	1	-
eCl@ss	1	-	1
eduroam-Verbund	1	1	-
EISIL	1	-	-
ELWIS	1	-	1
Emerald Management	1	-	1
Emerald Management Xtra	1	-	1
Erwerbung	1	-	1
ETH E-Collection	1	-	1
EU	1	-	1
EUR-Lex	1	-	1
Europäische Zentralbank	1	-	1
Europäischer Thesaurus Internationale Beziehungen und Länderkunde	1	-	1
Eurostat	1	-	1
Facebook	1	-	1

<u>Fachbereichs Wirtschaftswissenschaft der FU Berlin</u>	1	-	<u>1</u>
<u>Fachbereichs Wirtschaftswissenschaften Uni Konstanz</u>	1	-	<u>1</u>
<u>Fachschaftsteam</u>	1	-	<u>1</u>
<u>Financial Times</u>	1	-	<u>1</u>
<u>Finanzierungsreform und Risikostrukturausgleich (PDF, 188,1 KB)</u>	1	<u>1</u>	-
<u>FinanzNachrichten.de</u>	1	-	<u>1</u>
<u>Formelsammlung Statistik</u>	1	-	<u>1</u>
<u>Formelsammlungen</u>	1	-	<u>1</u>
<u>Forschungs-institute</u>	1	-	<u>1</u>
<u>Forschungsportal.Net</u>	1	-	<u>1</u>
<u>Forum Deutsches Recht</u>	1	-	<u>1</u>
<u>FTD.de - FTD Wirtschaftswunder</u>	1	-	<u>1</u>
<u>Gabler Wirtschaftslexikon</u>	1	-	<u>1</u>
<u>Gebührenordnung</u>	1	<u>1</u>	-
<u>GENESIS</u>	1	-	<u>1</u>
<u>Gerichte</u>	1	-	<u>1</u>
<u>Geschäftsberichte-Portal</u>	1	-	<u>1</u>
<u>Gesetze im Internet / Bundesrecht</u>	1	-	<u>1</u>
<u>Gesetzestexte</u>	1	-	<u>1</u>
<u>Greg Mankiw</u>	1	-	<u>1</u>
<u>Greg Mankiw's Blog</u>	1	-	<u>1</u>
<u>GSI-System</u>	1	-	<u>1</u>
<u>Hal Varian</u>	1	-	<u>1</u>
<u>Health as a driving economic force (PDF, 199,5 KB)</u>	1	-	<u>1</u>
<u>HISTATCoFE-Publications</u>	1	-	<u>1</u>
<u>Historisches</u>	1	<u>1</u>	-
<u>Horse-trading over the EU budget (PDF, 216,5 KB) (PDF, 216,5 KB)</u>	1	<u>1</u>	-
<u>IAB: Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung</u>	1	<u>1</u>	-
<u>Ifo: Institut für Wirtschaftsforschung, München</u>	1	-	<u>1</u>
<u>IfW: Institut für Weltwirtschaft, Kiel</u>	1	-	<u>1</u>
<u>iLibrary</u>	1	-	<u>1</u>
<u>Informationssystem der Gesundheitsberichterstattung des Bundes</u>	1	-	<u>1</u>
<u>Informationssystem proARBEIT</u>	1	-	<u>1</u>
<u>infratest</u>	1	-	<u>1</u>
<u>IngentaConnect</u>	1	-	<u>1</u>
<u>INOMICS</u>	1	-	<u>1</u>
<u>Installationsanleitungen.</u>	1	<u>1</u>	-
<u>Institute</u>	1	<u>1</u>	-
<u>Institutionen</u>	1	<u>1</u>	-
<u>Instituts für Wirtschaftsforschung Halle</u>	1	-	<u>1</u>
<u>Instituts zur Zukunft der Arbeit IZA</u>	1	-	<u>1</u>
<u>Internationales Verzeichnis juristischer Bibliotheken</u>	1	-	<u>1</u>
<u>iPad-App)</u>	1	-	<u>1</u>
<u>ipl2 (Internet Public Library)</u>	1	-	<u>1</u>
<u>IREON</u>	1	-	<u>1</u>
<u>iRights.info</u>	1	-	<u>1</u>

<u>IWH: Institut für Wirtschaftsforschung, Halle</u>	1	-	<u>1</u>
<u>IZA: Forschungsinstitut zur Zukunft der Arbeit</u>	1	-	<u>1</u>
<u>Jobangebote</u>	1	-	<u>1</u>
<u>JSTOR</u>	1	-	<u>1</u>
<u>Juristisches Internetprojekt Saarbrücken</u>	1	-	<u>1</u>
<u>Juristisches Seminar der Uni Bonn</u>	1	-	<u>1</u>
<u>JUSEUM</u>	1	-	<u>1</u>
<u>Kieler Diskussionsbeiträge</u>	1	-	<u>1</u>
<u>KOBV-Portal</u>	1	-	<u>1</u>
<u>KPMG Deutsche Treuhand-Gesellschaft</u>	1	-	<u>1</u>
<u>KVK Karlsruher Virtueller Katalog</u>	1	-	<u>1</u>
<u>Lageplan (PDF, 359,2 KB)</u>	1	<u>1</u>	-
<u>Lageplan.</u>	1	<u>1</u>	-
<u>laufenden Zeitschriften der WiWiDok (PDF, 209,6 KB)</u>	1	<u>1</u>	-
<u>Law Blog</u>	1	-	<u>1</u>
<u>Law Library of Congress</u>	1	-	<u>1</u>
<u>Law Roundtable</u>	1	-	<u>1</u>
<u>Le Journal des Finances</u>	1	-	<u>1</u>
<u>Lernprogramme / Studium</u>	1	<u>1</u>	-
<u>LernSTATS</u>	1	-	<u>1</u>
<u>LibraryThing</u>	1	-	<u>1</u>
<u>Linksammlung</u>	1	-	<u>1</u>
<u>Link-Tipps Wirtschaftswissenschaften</u>	1	-	<u>1</u>
<u>Liste der Sonderstandorte</u>	1	<u>1</u>	-
<u>Literatur / Studium</u>	1	<u>1</u>	-
<u>Literaturordner (PDF, 202,9 KB)</u>	1	<u>1</u>	-
<u>Literatursuche</u>	1	<u>1</u>	-
<u>LOTSE</u>	1	-	<u>1</u>
<u>Lst. f. Entrepreneurship</u>	1	-	<u>1</u>
<u>Lst. f. BWL - Finanzierung und Investition</u>	1	-	<u>1</u>
<u>Lst. f. BWL - Interne Rechnungslegung und Controlling</u>	1	-	<u>1</u>
<u>Lst. f. BWL - Marketing I</u>	1	-	<u>1</u>
<u>Lst. f. BWL - Organisation und Unternehmensführung</u>	1	-	<u>1</u>
<u>Lst. f. BWL - Produktionsmanagement</u>	1	-	<u>1</u>
<u>Lst. f. BWL - Rechnungslegung und Wirtschaftsprüfung</u>	1	-	<u>1</u>
<u>Lst. f. BWL - Strategisches Controlling</u>	1	-	<u>1</u>
<u>Lst. f. Energie- u. Rohstoffwirtschaft</u>	1	-	<u>1</u>
<u>Lst. f. Innovations- u. Technologiemanagement</u>	1	-	<u>1</u>
<u>Lst. f. Innovationsökonomie</u>	1	-	<u>1</u>
<u>Lst. f. IuK-Management</u>	1	-	<u>1</u>
<u>Lst. f. Management im Gesundheitswesen</u>	1	-	<u>1</u>
<u>Lst. f. Materialflusstechnik u. Logistik</u>	1	-	<u>1</u>
<u>Lst. f. Strategische Führung u. globales Management</u>	1	-	<u>1</u>
<u>Managing Subsidiarity from an Economic Point of View (PDF, 148,9 KB)</u>	1	-	<u>1</u>
<u>Master-Vergleich.com</u>	1	-	<u>1</u>
<u>Mathematik, Statistik</u>	1	-	<u>1</u>
<u>MD*Base</u>	1	-	<u>1</u>

MensaCard-Terminal	1	<u>1</u>	-
MensaCard-Terminal Orientierungsplan (PDF, 359,2 KB)	1	<u>1</u>	-
Milano Finanza	1	-	<u>1</u>
Mister Wong	1	-	<u>1</u>
Monumenta Germaniae Historica digital	1	-	<u>1</u>
Nachschlagewerke	1	<u>1</u>	-
Namen der Dozenten	1	<u>1</u>	-
NBER Working Papers	1	-	<u>1</u>
NDLTD	1	-	<u>1</u>
nereus - Networked Economics Resources for European Scholars	1	-	<u>1</u>
NetEc	1	-	<u>1</u>
Neue Juristische Bücher	1	<u>1</u>	-
Neue Zürcher Zeitung	1	-	<u>1</u>
Nobelpreise in den Wirtschaftswissenschaften	1	-	<u>1</u>
OCLC-SSG Recht	1	-	<u>1</u>
OCLC-SSG Wirtschaftswissenschaften	1	-	<u>1</u>
online	1	<u>1</u>	-
Online-Datenbanken der TU Berlin	1	<u>1</u>	-
Onlinekatalog	1	<u>1</u>	-
Online-Zeitschriften (PDF, 22,3 KB).	1	<u>1</u>	-
Opportuno	1	-	<u>1</u>
Paperazzi	1	-	<u>1</u>
Paperball	1	-	<u>1</u>
papiere	1	-	<u>1</u>
Parlamentsspiegel	1	-	<u>1</u>
PC-Pool	1	<u>1</u>	-
Perspektiven der Molekularen Diagnostik für Public Health und die Gesundheitswirtschaft – eine Literaturstudie	1	-	<u>1</u>
PreLex	1	-	<u>1</u>
Presse-Suche.de	1	-	<u>1</u>
print@campus-Verfahrens Anleitung (PDF, 187,0 KB).	1	<u>1</u>	-
print@campus-Verfahrens MensaCard-Terminal	1	<u>1</u>	-
Projekt "Neue Statistik"	1	-	<u>1</u>
Publikationen des Seminars für Wirtschafts- und Sozialstatistik	1	-	<u>1</u>
Recherchekurs Wirtschaftswissenschaften	1	<u>1</u>	-
Recht	1	-	-
Rechtswissenschaften	1	<u>1</u>	-
Regalnummern (PDF, 225,8 KB) Recht	1	<u>1</u>	-
Regalnummern (PDF, 269,1 KB)	1	<u>1</u>	-
RePEc	1	-	<u>1</u>
RFE	1	-	<u>1</u>
RSS abonnieren	1	<u>1</u>	-
RSS-Feed	1	<u>1</u>	-
RWI: rheinisch-Westfälisches Institut für Wirtschaftsforschung, Essen	1	-	<u>1</u>
S Rating und Risikosysteme GmbH	1	-	<u>1</u>
Semesterapparate	1	<u>1</u>	-
Seminar für Wirtschafts- und Sozialgeschichte, Köln	1	-	<u>1</u>

Sigelstelle der Staatsbibliothek zu Berlin	1	-	<u>1</u>
Situationsanalyse und Maßnahmen zur Prävention von Verkehrsunfällen bei Kindern in Deutschland: Evidenzbasierte Verkehrspolitik in Deutschland? (PDF, 646,6 KB)	1	-	<u>1</u>
Software	1	<u>1</u>	-
Sonderstandorte	1	-	<u>1</u>
SOWIPORT	1	-	-
Soziologie	1	-	-
Springer: LINK	1	-	-
Städtestatistik	1	-	<u>1</u>
Standard Thesaurus Wirtschaft	1	-	<u>1</u>
Statista	1	-	<u>1</u>
Statistical and Computational Software	1	-	<u>1</u>
Statistik	1	-	<u>1</u>
Statistik Blog	1	-	<u>1</u>
Statistik-Lexikon	1	-	<u>1</u>
Statistikportal	1	-	<u>1</u>
Statistisches Jahrbuch für die Bundesrepublik Deutschland und für das Ausland	1	-	<u>1</u>
Statistisches Landesamt Berlin-Brandenburg	1	-	<u>1</u>
Stellenangebote, Praktikumsbörse	1	-	<u>1</u>
steuernetz.de	1	-	<u>1</u>
Studentensupport.de:	1	-	<u>1</u>
Studien-/ Recherchehilfen	1	<u>1</u>	-
Suchhinweise	1	<u>1</u>	-
Systematik	1	<u>1</u>	-
Systematik (PDF, 169,8 KB)	1	<u>1</u>	-
Systematik der wirtschaftswissenschaftlichen Zeitschriften (PDF, 146,3 KB)	1	<u>1</u>	-
Systematik. (recht)	1	<u>1</u>	-
Tageszeitungen	1	<u>1</u>	-
Technorati	1	-	<u>1</u>
The European Library	1	-	<u>1</u>
The Irish Times	1	-	<u>1</u>
The Political Economy of Natural Disaster Insurance: Lessons from the Failure of a Proposed Compulsory Insurance Scheme in Germany (PDF, 180,0 KB)	1	-	<u>1</u>
The Sunday Business Post Online	1	-	<u>1</u>
The World Wide Web Virtual Library	1	-	<u>1</u>
The WWW Virtual Library	1	-	<u>1</u>
The WWW Virtual Library: Business and Economics	1	-	<u>1</u>
TheO - Theses Online	1	-	<u>1</u>
TU-Linksammlung "Jobs - Praktika - Karriere"	1	<u>1</u>	-
Tutorial "Professionelle Internetrecherche und Wissensmanagement für Hochschulen"	1	-	<u>1</u>
UB der TU Berlin	1	<u>1</u>	-
Überblick über die TU-Bibliothekssigel	1	<u>1</u>	-
UNESCO Thesaurus	1	-	<u>1</u>
Uni Gießen	1	-	<u>1</u>
Uni Kassel	1	-	<u>1</u>
Uni Münster	1	-	<u>1</u>

<u>United Nations Statistics Division</u>	1	-	<u>1</u>
<u>Universitätsbibliothek Frankfurt/Oder</u>	1	-	<u>1</u>
<u>Universitätsbibliothek Karlsruhe</u>	1	-	<u>1</u>
<u>Universitätsbibliothek Mannheim</u>	1	-	<u>1</u>
<u>Vascoda</u>	1	-	<u>1</u>
<u>Vereinigung deutscher Wirtschaftsarchivare e.V.</u>	1	-	<u>1</u>
<u>Verlängerungen</u>	1	-	<u>1</u>
<u>Virtuelle Bibliothek</u>	1	-	<u>1</u>
<u>Virtuelle Deutsche Landesbibliographie</u>	1	-	<u>1</u>
<u>Virtuelle Fachbibliothek Mathematik</u>	1	-	<u>1</u>
<u>Virtuelle Fachbibliothek Politikwissenschaft ViFaPol</u>	1	-	<u>1</u>
<u>Virtuelle Fachbibliothek Recht</u>	1	-	<u>1</u>
<u>Virtuelle Fachbibliothek Wirtschaftswissenschaften EconBiz</u>	1	-	<u>1</u>
<u>Visualstat</u>	1	-	<u>1</u>
<u>Volkswirtschaftslehre</u>	1	-	<u>1</u>
<u>Vormerkungen</u>	1	<u>1</u>	-
<u>Wege zu einer neuen oder aus der Dualität von GKV und PKV (PDF, 500,5 KB)</u>	1	<u>1</u>	-
<u>Weitere Informationen</u>	1	<u>1</u>	-
<u>Wirtschaft</u>	1	-	<u>1</u>
<u>Wirtschaftsarchive im Internet</u>	1	-	<u>1</u>
<u>Wirtschafts-informationen</u>	1	-	<u>1</u>
<u>Wirtschaftslexikon24.net</u>	1	-	<u>1</u>
<u>Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät der Leibnitz Universität Hannover</u>	1	-	<u>1</u>
<u>wiso</u>	1	-	<u>1</u>
<u>wissen.de</u>	1	-	<u>1</u>
<u>Wissenschaftliches Arbeiten</u>	1	-	-
<u>Wissenschaftszentrums Berlin für Sozialforschung WZB</u>	1	-	<u>1</u>
<u>WISU</u>	1	-	<u>1</u>
<u>WiwiBerlin</u>	1	<u>1</u>	-
<u>WiwiBerlin.de</u>	1	<u>1</u>	-
<u>WiWiDok</u>	1	<u>1</u>	-
<u>WiWi-Treff</u>	1	<u>1</u>	-
<u>WLAN</u>	1	<u>1</u>	-
<u>WLAN-Zugang der tubIT</u>	1	<u>1</u>	-
<u>World News Network</u>	1	-	<u>1</u>
<u>ZBW</u>	1	-	<u>1</u>
<u>Zeitschriften im Volltext</u>	1	-	<u>1</u>
<u>Zeitschriftenstelle</u>	1	<u>1</u>	-
<u>Zeitungen</u>	1	<u>1</u>	-
<u>Zeitungsartikel-Suchmaschinen</u>	1	-	<u>1</u>
<u>Zentral- und Landesbibliothek Berlin</u>	1	-	<u>1</u>
<u>Zentralkartei der Autographen online</u>	1	-	<u>1</u>
<u>Zentrum für Europäische Rechtspolitik</u>	1	-	<u>1</u>
<u>Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung ZEW</u>	1	-	<u>1</u>
<u>Zettelkataloge</u>	1	-	<u>1</u>
<u>ZEW</u>	1	-	<u>1</u>
<u>ZEW: Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung</u>	1	-	-

Zum Einfluss von Demographie und medizinisch-technischem Fortschritt auf die Gesundheitsausgaben (PDF, 171,5 KB)	1	-	1
alphabetische Schlagwortliste (PDF, 224,7 KB)		1	-
Aufsatzdokumentation der WiWiDok		1	-
Aufstellungssystematik (PDF, 117,8 KB)		1	-
Digitale Bücher zur Wirtschafts- und Sozialgeschichte		-	1
DIW: deutsches Institut für Wirtschaftsforschung, Berlin		-	1
EconDesk		-	1
ECONIS		-	1
ECONIS Select		-	1
ECONLIB		-	1
E-Connect		-	1
economag. "Wissenschaftsmagazin für Betriebs- und Volkswirtschaftslehre"		-	1
Economics Roundtable		-	1
Economics Working Papers in Oxford		-	1
Economics: The Open-Access, Open Assessment E-Journal		-	1
EconomistsOnline		-	1
EconPapers		-	1
EconPress		-	1
EconStor		-	1
EconTalk		-	1
elektronische Zeitschriftenbibliothek		-	1
Elektronische Zeitschriftenbibliothek EZB		-	1
Elektronischen Zeitschriftenbibliothek		-	1
EZB (elektronische Zeitschriftenbibliothek): deutsche Nationallizenzen		-	1
EZB: Zeitschriften im Volltext		-	1
Fakultät		1	-
Fakultät Wirtschaft und Management		1	-
GBI-Genios Deutsche Wirtschaftsdatenbank GmbH		-	1
		-	-
	Σ	Σ	Σ
	518	141	281

Σ aller Verlinkungen = 526

Problematische URLs aus der Stichprobe:

Recht : URL: <http://ublibprod.ub.tu-berlin.de/rss/rss.wlaw.ger.xml>
Wirtschaft: URL: <http://ublibprod.ub.tu-berlin.de/rss/rss.weco.ger.xml>
Wissenschaftliches Arbeiten : URL: <http://www.uni-trier.de/index.php?id=20036&L=0>

Die Links **Recht** und **Wirtschaft** führen zu einer XML-Datei, **Wissenschaftliches Arbeiten** führt den Nutzer zur Universität Trier.

I) Korrespondenzen

Auf Anfrage an die Pressestelle der TU Berlin wurden uns der Styleguide der TU Berlin sowie die 12 Grundregeln für das neue Webdesign zur Verfügung gestellt.